الإعلام الرياضي



إعداد
علي عبد الفتاح كنعان

اليازوري

الإعلام الرياضي

الإعلام الرياضي

علي عبد الفتاح



المحتويات

الفصل الأول 1
الإعلام الرياضي 1
الإعلام الرياضي والتخطيط: 5
أنواع الإعلام الرياضي: 6
خصائص الإعلام الرياضي: 7
أهداف الإعلام الرياضي: 7
تعريف المقال الصحفي الرياضي: 8
أنواع المقال: 9
دور الإعلام في التسويق الرياضي 19
مفهوم التسويق: 20
الفصل الثاني 27
الإعلام الرياضي فــي البلاد العربية بين الواقع والمأمول!! 27
الإعلام الرياضي بين التصنيف والتسويف 31
الإعلام الرياضي... والدور المفقود! 40
تعريف الإعلام الرياضي 42
عناصر الإعلام الرياضي-: 42
أهمية الإعلام الرياضي 43
خصائص الإعلام الرياضي: 44
الإختيار-: 44
أهمية الإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية 44
التركيز على أهمية دعم المكانة الإعلامية الرياضية 49
دور الإعلام الرياضي في تمتين العلاقات بين الشعوب العربية 52
الفصل الثالث 56
أهمية الإعلام ودوره في نشر السلام والوعي الثقافي والحضاري 56

الإعلام الرياضي .. هل يأخذ دوره المطلوب في عملية التطوير؟!.................................. 62
دور الرياضة وتأثيرها في بناء ثقافة المجتمع 67
دور الشباب والرياضة في بعث روح الحماس والحياة............................... 67
الصحافة والإعلام الرياضي.. 70
إعلامنا الرياضي.. 75
واقع الإعلام الرياضي في فلسطين............................. 76
التحكيم في كرة القدم....................................... 84
وسائل جمع المعلومات: 86
التوصيات 90
الفصل الرابع 92
دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية................................. 92
مجالات البحث:.................................. 94
تحديد المصطلحات: 94
الدراسات النظرية والمشابهة:...................................... 94
أهمية الإعلام الرياضي:.................................... 95
المصادر العربية والأجنبية:................................. 97

الفصل الأول

الإعلام الرياضي

يعمل الإعلام الرياضي على حث الأندية الرياضية كافة من أجل تفعيل دور الأنشطة فيها ليصبح شاملاً وليس مقتصراً على الجانب الرياضي وحده حيث للجانب الثقافي أهمية كبيرة في توعية الشباب وكذلك الحال بالنسبة للجانب الاجتماعي وأهميته حتى تؤكد الأندية رسالتها الحقيقية وبأنها مؤسسات تربوية خلقت لتقدم ماهو أفضل وخدمة المجتمع وهكذا يجب أن تكون محطتنا في عدد اليوم من داخل النوادي الرياضية و هل من خطط وبرامج تعتزم تنفيذها وكيف؟..

ج : فيما يخص الإجابة عن البرامج والخطط التي تعتزم النوادي تنفيذها .يمكن القول أنها لا تأوى جهداً في التخطيط لتنفيذ العديد من البرامج سواء كانت على الصعيد الرياضي أو الثقافي أو الاجتماعي حيث إنها على قناعة بضرورة وضع البرامج العملية وخاصة فيما يتعلق بالبنية التحتية وضرورة العمل على إرسائها باعتبارها القاعدة الأساسية والمتمثلة في النشاط الاستثماري باعتباره النشاط الأهم الذي ينبغي الاهتمام به للدفع بالأنشطة الأخرى سواء كانت رياضية أو ثقافية أو اجتماعية للنادي فلقد بدأت منذ مدة بالإهتمام بالمرافق الرياضية والإدارية حيث تم الانتهاء من إنشاء المقرات بالمجهود الذاتي كذلك تم اجراء صيانة لملاعب كرة القدم وكرة اليد والطائرة ناهيك عن قاعات رفع الاثقال التي تحظى باهتمام بالغ للدفع بهذه اللعبة وعناصرها إلى الأمام من قبل رووساء النوادي.

هناك حالة عقم سائدة داخل الأندية الرياضية نتيجة تركيزها على الجانب الرياضي وإهمالها لجوانب أخرى أساسية وهي الجوانب الثقافية والاجتماعية رغم أن النوادي قد تختلف عن غيرها من هذه الناحية قدر الإمكان . لكن ماهي الوسيلة الفعلية التي يمكن للأندية أن تقوم بها حتى تؤكد حقيقة النادي الرياضي الثقافي الاجتماعي؟..

لكي يتم تحقيق وتأكيد حقيقة النادي الرياضي الثقافي الاجتماعي ينبغي اتخاذ جملة من الإجراءات العملية داخل الأندية وذلك من خلال الاهتمام بكافة الأنشطة وإجراء المسابقات بشكل مستمر لاقحام أكبر عدد ممكن سواء كان ذلك في الجانب الرياضي أو الجانب الاجتماعي أو الثقافي , فعلى سبيل المثال فإن النوادي عند قيامها بإجراء مسابقات رياضية للوحدات الانتاجية أو المؤسسات التعليمية فلابد لهذا البرنامج أن يتزامن مع برنامج ثقافي سواء كان ذلك بإجراء العديد من

المسابقات العلمية من المؤسسات التعليمية أو الإشراف على المعارض المدرسية أو الإنتاجية بصفة مباشرة من قبل النوادي.

كذلك يتم الارتباط بالبرامج الاجتماعية فعند الإنتهاء من المسابقات الرياضية خلال شهر رمضان المبارك من كل عام وإقامة البرامج الثقافية بالشهر نفسه فإن ذلك يتبعه اعداد برنامج اجتماعي يتمثل في تقديم المساعدات المادية للعائلات المعوزة بمناسبة عيد الفطر وعيد الأضحى.

وبعدم التركيز على النشاط الرياضي وحده والمتمثل في مزاولة كرة القدم بصفة خاصة والتنسيق بين كافة البرامج سواء كانت ثقافية أو اجتماعية أو رياضية يمكن للأندية بذلك من ايجاد وسيلة ناجعة لجعل حقيقة النادي الرياضي الثقافي الاجتماعي ماثلة للعيان.

أغلب الأندية مازالت مقصرة في عدم تطبيقها الحقيقي لمفهوم الرياضة الجماهيرية وتحريض الجماهير على مزاولتها .. فماهي الطريقة المثلى المناسبة لتطبيق فعلي للرياضة الجماهيرية ومن خلال الأندية؟..

إن الطريقة المثلى والمناسبة لتطبيق فعلى للرياضة الجماهيرية من خلال الأندية لايتم ذلك إلا بالإصرار على العمل وبمختلف الاعمار ولكي يتأتى ذلك لابد من عدم التركيز على لعبة كرة القدم بصفة خاصة وإعطائها الأولوية داخل الأندية, فكرة القدم لها محبيها ومزاوليها باعتبارها اللعبة الأولى ولكن ذلك لايعط المبرر لاهمال بقية الألعاب الأخرى.

فالسياسة العامة التي انتهجتها الأندية تقوم على أساس النهوض بكافة الألعاب شأنها شأن كرة القدم فعلى سبيل المثال ومن خلال الواقع الملموس والمشاهدة اليومية فقد قامت النوادي بفتح جميع أبواب الرياضة لممارسيها إيماناً منها بضرورة توسيع قاعدة الرياضة الجماهيرية وهذا مايتم مشاهدته كل يوم داخل النوادي الرياضية.

وتأكيداً لما سبق فإن النوادي حرصت منذ مدة طويلة على اقامة التربصات الصيفية كل سنة تحت إشراف نخبة من المدربين المختصين في المجال الرياضي تتخلله المحاضرات الفكرية بإشراف الأساتذة المختصين في هذا المجال أيضاً .

كما أن النوادي تقوم بالاشراف على العديد من الفئات الخاصة بمزاولة لعبة كرة القدم حتى وصل عدد هذه الفئات إلى (7) بدءاً بالناشئين وانتهاء بفئة الكبار , أما لعبة الكرة الطائرة فإن النوادي تشرف على أربع فئات لهذه اللعبة وقد تم توفير كافة الإمكانيات للرفع من مستوى هذه اللعبة وفتح المجال لممارستها من قبل أكبر عدد ممكن من المزاولين .كذلك لعبة كرة السلة فلهذه اللعبة عدد (4) أربع فئات

تضم عدداً كبيراً من المزاولين حيث تتم تدريباتها بشكل منظم ولها مشاركات ايجابية وفعالة بالمسابقات التي تجري بهذا الشأن.

كذلك لعبة رفع الاثقال التي تستحوذ على اهتمام بالغ من النوادي نظراً لكثرة عدد اللاعبين المزاولين لهذه اللعبة ناهيك عن النتائج الباهرة التي تم تحقيقها في كافة المسابقات التي أجريت من قبل الاتحادات المختصة لهذه اللعبة.

هناك ظاهرة غير حضارية من قبل شريحة من الشباب ممن هم مرتبطين بمتابعة أخبار ومباريات بعض الفرق نراهم يمارسون تصرفات غير مسؤولة وعبر شطحات غريبة وكما حدث في شوارع بعض الولايات عقب المباريات و للقضاء على الظواهر السلبية الناجمة عن قيام شريحة من الشباب بتصرفات غير مسؤولة مرتبطة بمتابعة الفرق الرياضية تجدر الإشارة بأن تلك التصرفات الغريبة نتيجة للفراغ الذي يعانيه الشباب الرياضي بصفة خاصة حيث إن الجمهور الرياضي جمهور مثقف رياضياً وملم بكافة الأحداث الرياضية وبصورة ملفتة للانتباه وبالأخص لمتابعة أخبار لعبة كرة القدم وهذا ما أشاد به العديد من النقاد والمختصين في هذا المجال وعلى مختلف الصعد.

إلا أن عدم انتظام اجراء المسابقات الرياضية محلياً وبشكل منظم من خلال الاتحادات الرياضية للرفع من مستوى البطولة أو الكاس الذي يجد الجمهور متعته في متابعة اخباره وبشكل يومي جعل من تعطل هذا البرنامج مجالاً خصباً لإثارة بعض المشاكل من شريحة من الشباب الذي افتقد هواياته في متابعة أخبار الفرق التي يحرص على تشجيعها وهذا ماجعله عرضة لتتبع أخبار الفرق الرياضية الأوروبية وإعطائها جل اهتماماته , كما أنه يجب وضع برنامج فني ومحلي للمنتخب الوطني لكرة القدم يتسم بالإستمرارية وذلك من خلال الاحتكاك بالمنتخبات الرياضية الأخرى واجراء المباريات الودية معها نظراً لشغف جمهورنا الرياضي وولع بمنتخبه الوطني والشواهد على ذلك كثيرة وهذا مايجعله بمنأى عن التأثيرات السلبية المؤثرة والمتمثلة في متابعة الفرق الرياضية الأجنبية الأخرى كما يجب الاهتمام بالفئات الصغرى لجميع الألعاب بحيث يكون تحت إشراف مدربين مؤهلين لخلق قاعدة عريضة من اللاعبين المميزين لكرة القدم والتي تجد متابعيها من الجمهور الرياضي الذي يتشوق لخلق مثل هذه الفئات . لكى يتم التآلف بين الروابط الشبابية والأندية الرياضية ينبغى أولاً بناء الرواب! ط الشبابية بالشكل الصحيح والمتمثل في اختيار العناصر الفاعلة والقادرة لاستقطاب الشباب وتوجيههم التوجيه الأمثل لتنفيذ كافة البرامج الايجابية التي تخص الشباب نظراً لأن الدور المميز الذي تقوم به الروابط الشبابية هو دور داعم ومكمل للأندية

في احتضان الشباب والوقوف على مشاكلهم ومحاولة ازالة كافة العقبات التي تواجههم.

فكافة شرائح الشباب المتواجدين بالأندية هم أعضاء بالروابط الشبابية من المزاولين للأنشطة الرياضية أو المشرفين على البرامج الثقافية أو الاجتماعية , فحتى يتم اكتمال بناء الهياكل الخاصة بالروابط الشبابية فإن التآلف شئ أكيد بينها وبين الأندية لتأدية الرسالة المناطة بها وهي إعداد جيل من الشباب الواعي الفاعل المدرك لحجم المسؤولية التاريخية الملقاة على عاتقه . أما الدور الحقيقي الذي يجب أن تقوم به روابط المشجعين بالأندية فلابد أن يكون دوراً ايجابياً يتمثل في دعم الأندية مادياً ومعنوياً والوقوف بشكل منتظم على كافة المشاكل اليومية التي تعترض سبيل الأندية وشد أزر النوادي الرياضية بها لايجاد السبل الكفيلة لحل هذه المشاكل ناهيك عن التريض المستمر لكافة شرائح المجتمع لممارسة الرياضة الجماهيرية الفعلية على أرض الواقع من خلال الأندية الرياضية ." ما يقرأ في الصحف الرياضية ويسمع عبر الأثير لايعدو عن كونه تعويذة للتبخير أو تميمة للتعليق أو تسبيحه في ملكوت الرياضة المغبونة والمهضومة حقها يقدمها مشعوذو الرياضة .. باستثناء القلة الذين نحترم أقلامهم وبرامجهم (بلعيد وبن تاهيةوزقطةوالوداني والعبار! وغيرهم).. أما الآخرون فإنهم يفتقدون لابجديات أصول التعامل مع الأحداث الرياضية ايجاباً وسلباً نتيجة ارتهانهم للانحياز والتعصب الأعمى الذي أفقدهم القدرة على التعاطي بصدق وامانة مع الأحداث والوقائع الرياضية .

واللجوء الى الموازنات والحسابات التى لاتأتى فى محلها مما ترتب عنها الخروج عن دائرة الزمن في سبيل إثبات فعل (كان) الأمر الذي لا يمكن الإعلام الرياضى القيام بمهمة التقييم العلمى للمستوى الفنى الذي وصلت اليه الفرق المحلية ولا أريد الاستشهاد بأمثلة توضح ذلك لأنها كثيرة ...لكننا سنظل نعمل بالمأثور القائل " كل قط فى عين أمه غزال " حتى إشعار آخر ... ومدام إعلامنا لازال يتخبط في أسر أصحاب النظرة الضيقة والواقعون في دائرة الفريق الواحد هو السيد وماعداه لاشي تختفي دونه الحقيقة وكل ما يتعلق بتطور الرياضة ومحاولة تحسين مستواها معنوياً ومادياً بين هذا الفريق وذاك الشئ الذي أصبح العائق الرئيسي في تقدم وتطور الرياضة بصفة عامة في بلادنا نتيجة المفاهيم السائده في الوسط الإعلامي الذي انساق وراء تيارات واتجاهات ابعدته عن مجاله.

ومن المعروف أن صحافة الرياضة في جميع بلدان العالم هي ميزان عادل لتقييم المستوى الفنى للفرق الرياضية وتعمل على إعطاء كل فريق حقه فى الوضع العام والترتيب الذي يسجله لنفسه.. وبالتالي من حق أي فريق يحقق التفوق في تصدر قائمة فئته أن يعامل على أساسها تقديراً لجهوده واحتراماً للمسابقة الرسمية

التي يشارك فيها ..وما يلاحظ هو العكس تماماً فتلك القناة تنقل لفريقها المفضل وتشيد به كلما أتيح لها ذلك وتنقل بأربع كاميرات أو حتى سته أحياناً لوكان فريقها المفضل طرفاً في المباراة ... وتلك الصحيفة تشيد بناديها المفضل حتى لو كان يقبع في ذيل الترتيب ...ويأتي هذا التجاهل والجحود من الإعلام الرياضي الذي أصبح يعاني من أزمة التعاطي مع ضوء الشمس (باستثناء برنامج الأسبوع الرياضي(

ولازالت باقي البرامج تواصل القبوع خلف أسوار الحقيقة المعتمة ..ونادراً ما تطل برأسها على ضوء شمعه خافته عاجزة عن إنارة درب الرياضة.

تعريف الإعلام الرياضي

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر وأشمل ألا وهي ظاهرة الاتصال.

والاتصال هو العملية التي يمارسها الإنسان مع الآخرين لتشير إلى تفاعله معهم بواسطة العلاقات والرموز وقد تكون هذه الرموز حركات أو صورا أو أي شيء أخر وتعمل كمنبه للسلوك من أجل أحداث تأثير معين فيه.

والاتصال بصفته المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر فإن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون شكلا من أشكال الاتصال لأنه فرع من فروع التفاعل الذي يتم عن طريق استخدام الرموز وهذه الرموز تكون على شكل حركات أو رسوم أو نقوش أو كلمات أو أي شيء آخر.

ومما سبق يمكن إيجاز العلاقة بين الإعلام الرياضي والاتصال في أن الإعلام الرياضي فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريق من الطرق التي يتحقق بها الاتصال مع الناس.

الإعلام الرياضي والتخطيط:

نتيجة لما يتمتع به الإعلام الرياضي من أهمية كبيرة في أي مجتمع من المجتمعات ولما يتمتع به من تأثير كبير في نفوس أفراد هذا المجتمع فبالتالي لابد وأن يقوم هذا النوع من الإعلام على أساس التخطيط العلمي المدروس والدراسة المنظمة والبحوث العلمية التي تتناول الموقف الإعلامي ككل والذي يشتمل على مجموعة من العناصر المتداخلة كالإعلامي والجمهور والرسالة الإعلامية الرياضية ووسيلة الإعلام والعملية الإعلامية وذلك وفق مجموعة من القواعد والمبادئ التي تتضمنها عملية التخطيط والتي منها

أن يكون التخطيط للإعلام الرياضي متكاملا مع التخطيط القومي الشامل للإعلام العام بصفة خاصة وفي المجالات الأخرى الاجتماعية والاقتصادية والسياسة والتربوية بصفة خاصة فالخطة الناجحة هي التي تتصف بالشمول والتكامل والمرونة والتطور بالقدر الذي يكفي تحقيق أهداف المصلحة القومية العليا للدولة.

أن يوجه تخطيط الإعلام الرياضي نحو الفكر والعقيدة والعادات والقيم والرأي العام واتجاهات الجمهور لأنه يهدف إلى أحداث تغيير في سلوك هذا الجمهور أي أحداث تغيير في سلوك هذا الجمهور أي أحداث تغيير وبالتالي يجب دراسة هذه النواحي دارسة علمية حتى يتمكن البدء في عملية التخطيط في الإعلام الرياضي.

أن تترجم الخطة العامة للإعلام الرياضي إلى برامج تنفيذية استراتيجيات وتكتيكات عملية للاتصال بالجماهير وأن تخضع هذه البرامج للتقييم لمعرفة مدى النجاح أو القصور في تحقيق الأهداف.

لابد من توخي الحذر والدقة في تحديد الأهداف سواء قريبة المدى أو بعيدة المدى والتي ترسم الخطة الإعلامية حتى يمكن تحقيقها فمن البداية لابد وأن تكون الأهداف ممكنة التحقيق وفي ضوء الوسائل المتاحة أو الممكنة.

أنواع الإعلام الرياضي:

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتعددت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع وذلك كالتالي:

1. الإعلام الرياضي المقروء: وهي التي تعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.
2. الإعلام الرياضي المسموع: وهي التي تعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء.
3. الإعلام الرياضي المرئي: وهي التي تعتمد على بصر الإنسان مثل السينما والتليفزيون والفيديو وشبكة المعلومات (الإنترنت) وأحيانا يطلق عليها اسم الإعلام الرياضي المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي السمع والبصر في آن واحد.
4. الإعلام الرياضي الثابت: وهي التي يتوجه إليها الناس للإطلاع عليها مثل المعارض والمؤتمرات والمسارح.

خصائص الإعلام الرياضي:

1. الإعلام الرياضي يتضمن جانبا كبيراً من الاختيار حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في الوصول غليه
2. الإعلامالرياضي يتميز بأنه جماهيرى له القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير.
3. الإعلامالرياضيفي سعيه لإجتذاب أكبر عدد م الجمهور يتوجه إلى نقطة متوسطة إفتراضية يتجمع حولها أكبر عدد من الناس
4. الإعلامالرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة المجتمع
5. الإعلام الرياضي بوسائله المختلفة مؤسسة اجتماعية يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها.

أهداف الإعلام الرياضي:

1. نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب.
2. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يحدد أنماط السلوك الرياضي.
3. نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.
4. الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم أعباء وصعوبات الحياة اليومية

الإعلام الرِّياضيُّ الهادِف!

يُدرك الكثير من شرائح المجتمع المختلفة أن رسالة الإعلام عامة غايتها التوجِيه والنّصح والإرشاد والتَّعليم في ميادين الحيَاة كافة، من خلال أقسامه الدِّيني والتعليمِي والصِّحي والاجتماعي وغيرها ولهُ وسائل مختلفة المرْئي منها والمقرُوء والمسمُوع ويُعتبَر الإعلام الرياضي نَوعا منها وجزْءاً مُهمّاً في الرياضة وحيَاة الأمَم وسجِلاً حافلًا بالإنجازات الرياضية للشّعُوب من خلال المشارَكة في الأنشطة الرياضية محَليا وخارجيّا، وهو طريق لتوَاصل الرياضيين عامَّة من خِلال المنافسات الرياضية محليا وخارجيا وفي ظل تقدُّم المُجتمعات البشرية وتحَضرها، تطوَّر الميدان الرِّياضي واندمَجتْ وسائل الإعلام فيها حتى أصبحَت جزءاً لا يتجزَّأ من المجتمع، وصارت المَعلومات الرياضية وتحليلاتها ذات أهمِّية لدى الوسَط الرياضي الذي يُتابع الأحداث الرياضية ويُعد الإعلام الرياضي الذي اتسَع مع تقدُّم الرياضة اليوم مدرسة ترْبويَّة له رسالة سامية في توجيه المُجتمع وتثقيفهم

فهو وسيلة ناجحة ومؤثّرة يُحقق كثيرا من الغايات متى استُخدم استخداما سليما بجميع فرُوعه المرئِية والمقروُءة والمسْموعة ولكي ينهَض الإعلام الرياضي ويكون ناجحا ويُقدِّم رسالته التربوية لفئات المجتمع عامَّة كانوا رُؤساء وحكاما ولاعبين أوجماهير ونقَّادا ومدرِّبين ينبغي أن يكون تربوِيا هادفا في المحَافل الرياضيَّة ويكون قائما على الموضُوعية والتوازن في تغطِية الأحداث الرياضية بعيدا عن المُيول الخاطئ وأن يُقدر المجتمع الإعلاميين ويَعرف الإعلاميون أهمية دَورهم في التوجيه للسَّلبيات ويكون لديهم الثقافة الرياضية الصحيحة والنقد الهادف والحرْص على اختيار الإعلامي الجيد والموضوع المُناسب والعمَل من أجْل نشْر روح المحبَّة والتواصُل الاجتماعي والتنافس الشريف وحثِّ الأندية الرياضية كافَّة على تفعِيل الأنشِطة الأخرى كالثقافية والتربَوية ونشرالأخبار والمعلومات الرياضية وشرْح القواعد وقوانين الألعاب والأنشطة المُختلفة للجماهير لتنمية الوَعي الرياضي بَينهم ولكن من سَلبيات الإعلام الرياضي إغفال المبادئ الخاطئَة وعدَم تصْحيحها وظهورالتفاوت الاجتماعي وانتشار التعصُّب الذي نجَم عنه الكراهيَة والتفكك بين فئات المجتمع، فالإعلام له دَور رائد في مُعالجَة الجوانب السلبيَّة ونشر القيم والمبادئ الكريمة والأهداف الطيِّبة وتقديم الأخبار والمعلومات والحقائق الصَّحيحة ذلك من أجْل رياضة هادفة.

يعد المقال الصحفي الرياضي أحد ثمار التقدم الحضاري فهو كغيره من فنون التحرير الصحفي الرياضي يحتاج للمناخ المناسب لكي يحقق أهدافه المنشوده وهذا المناخ هو الذي يتميز بوجد رأي عام حر يستطيع من خلاله أن ينقل الكاتب الصحفي الرياضي مختلف الاراءوالإتجاهات الرياضية الى الجمهور مما يتيح فرصة التفاعل بين القاريء والكاتب فيساعد ذالك على زيادة إهتمام الجمهور بالرياضة وتعدد الميول والإتجاهات نحوها وبالتالي يصبح المقال الصحفي الرياضي أحد أدوات الصحافة الرياضية في توعية وتثقيف الجمهور رياضياً.

تعريف المقال الصحفي الرياضي:

يمكن تعريف المقال الصحفي الرياضي بأنه أحد فنون الصحافة الرياضية التي تعبر من خلاله وبشكل مباشر عن السياسة الصحفية الرياضية لها والتي تعكس آراء بعض كتابها في الأحداث الرياضية المعاصرة أو الجارية والقضايا الرياضية التي تشغل الرأي العام في المجتمع الرياضي سواء كانت محلية أو دولية.

وكاتب المقال يجب أن يكون صادقاً فلا يفتعل الأقوال لمجرد المقال ويجب أن يكون المقال الرياضي صدى لمعيشة الحياة الرياضية الجارية من إطار من التقسيم المنظم من خلال معايشة الجمهور والتقاط بعض الأمور التي تشغلهم

وتحرك تفكيرهم ثم اختيار أسلوب الحوار ألمرتي الذي يعتمد على تقريب المنطق ولا يعتمد على الاغتراب والترغيب

أنواع المقال:

1. المقال الإفتتاحي:

وهو مقال الراي الذي تنشره الجريدة في صفحة الرأي و أحياناً في الصفحة الأولى متعلقاً بقضية رياضيةويعبر المقال عن لسان حال الجريدة.

2. مقال العمود:

وهي المادة الصحفية التي تعكس طابع صاحبها او محررها في اسلوب التعبير والتفكير ولا تتجاوز مساحتها عموداً صحفياً على أكثر تقدير وتنشر بانتظام (يومي-شهري)تحت عنوان ثابت وتوقيع ثابت وهو توقيع محرره, وينقسم الى عمود وأحداث جارية-العمود الفكاهي –الاعمدة ذات البنود والحكايات النادرة-الاعمدة المتخصصة أو الموضوعية.

3. مقال العبارات المجنحة:

يعتبر مقال العبارات المجنحة أصعب المقالات كتابتاً لانه مقال يتميز بالذاتية العميقة ويحمل طابع الحدة وغالبأما تنشر هذه المقالات في نهاية المقال الرئيسي.

4. المقال القصير:

ومقالات الكاتب في هذا النوع من المقال هي ردود أفعاله لأحداث اليوم والساعة وذاتية الكتابة هي المحرك لهذا المقال.

5. المقال القضية:

وهي مقالات تناقش قضية من القضايا الرياضية ويطول فيها الجدل والنقاش ولا بد أن يخطط له حتى يستطيع الكاتب أنيغطي كافة جوانب القضية التي يبحثها .
المقال العلمي الرياضي:

والصحافة العصرية تفتقر لهذا النوع من المقالات لعدم توفر الصحفي الباحث في هذا ويساهم هذ المقال في زيادة الوعي الرياضي والثقافة الرياضية لدى القرآء.

الإعلام والاتصال الرياضي

تقديم : لا شك أن مجالات الأنشطة الشبانية عموما والرياضية على الخصوص واسعة جدا ، وأهدافها وتقنياتها متجددة بتجدد الحاجة اليها .

وعلوم الإعلام و الاتصال هي كذلك علوم واسعة و متجددة بالبحوث والدراسات التي تتناولهافمنذ أن اهتمت المجتمعات ذات الحضارات التاريخية بها ، كانت الرياضة ومازالت وسيلة تربية لتنشئة الأفراد تنشئة متكاملة ، لتحقيق أو للحفاظ على التوازن النفسي ، البدني والذهني .

أو كمنافسة وتفوق و شرف ، باعتبارها منتوجا حضاريا تسعى اليه و تنشده جميع الأمم .. وهكذا، فان الحاجة ماسة الى قدرات أفضل في مجال التكوين و التدريب .. الى مؤطرين يبذلون الجهد اللازم لبناء مجتمع نشيط ورياضي تتوفر فيه شروط مقومات التفوق ، و تحقيق أهداف الرياضة و مضامينها و هي :

- تطوير الخبرات و المهارات المكتسبة لدى الرياضيين و المؤطرين .
- اكتشاف المواهب و صقلها و تنمية الذكاء .
- دعم الانضباط و تعزيز السلوك الاجتماعي القويم و المتحضر باعتباره نموذجا لسلوك الفرد – الرياضي قدوة – وذلك من خلال التأكيد على القيم الرفيعة في المواقف المختلفة.
- دعم القيم الجمالية لدى الفرد والمجتمع والارتقاء بالذوق العام الذي يكسب الفرد القدرة على التمييز بين الجمال و القبح، الخير و الشر .
- القوة و الضعف و غيرها من القيم التي تشكل وجدان الفرد و المجتمع ووعيه .
- تسهم الرياضة في تحقيق التماسك الاجتماعي من خلال توحيد المشاعر حول رموز الأمة و تاريخها و سماتها ، وهويتها الثقافية للأجيال، كما أن للرياضة وظيفة اجتماعية جمالية
- ان الرياضة وسيلة اتصال وتواصل، كونها رسالة لها مضامينها .

الاتصـــال : علوم الإعلام و الاتصال من العلوم السلوكية الشديدة الارتباط بالواقع الاجتماعي في جميع مجالاته و أوجهه ، و هي علوم متجددة بتجدد الدراسات والبحوث ومتطورة بتطور المجتمعات في كافة مجالات الحياة .

ان أفضل تعريف أجده مناسبا في سياق – الموضوع – هو ذلك الذي يشير الى الاتصال باعتباره – عملية اشتراك و مشاركة في المعنى من خلال التفاعل مصطلح – الاتصال – يوضح لنا أنه يعني عملية تتضمن المشاركة و الفهم حول

موضوع ما ، فكرة ، معلومة ، رأي ، خطة ... الخ ... لتحقيق هدف معين ، و هو ظاهرة اجتماعية أساسا.

بين الإعلام و الاتصال : يستخدم مصطلح الإعلام و الاتصال – في الغالب ، للدلالة على النشاط الاتصاليالإعلامي – برمته – أي أن هناك من يعبر عن الإعلام بالاتصال وعن الاتصال بالإعلام بالرغم من تفضيل مصطلح الاتصال . واجمالا فان – مصطلح الاتصال – أوسع و أشمل ، فهو الحياة في جميع مظاهرها ...في الاتصال ، التفاعل والمشاركة بين طرفي أو أطراف العملية الاتصالية ، بينما الإعلام هو أحد الأنشطة الاتصالية و أساسه الاخبار و الحقائق و المعلومات ، فهو اتصال جماهيري الى جميع الناس ، و في اتجاه واحد ، هو نشر الكلمة أو الخبر أو الرأي أو الفكرة أو الصورة على عامة الناس باحدى وسائل الاتصال الجماهيري ، و قوام الإعلام أو – الاتصال الإعلامي ، الوقائع والحقائق بصدق وموضوعية . ويمكن للاتصال الإعلامي أن يتوجه الى جماعة محددة أو فئة محددة من المجتمع، باطلاعها على حقائق معينة ، و تمكينها من معلومات محددة.

المعلـومـات : المعلومة قاسم مشترك في الاتصال و في الإعلام ، و الفرق هو في نوع المعلومة والغرض منها ، وكيفية إيصالها الى المتلقي.

و يستخدم مصطلح – المعلومات – للتدليل على الوثائق و البيانات و المصادر
كتب ، نشرات ، صور ، تقارير ، دوريات ، و أية معارف مدونة مسجلة يمكن الرجوع اليها ...و المعلومات على هذا النحو هي المادة الخام للإعلام العام ، وللإعلام المتخصص .

إن الإعلام جزء من الاتصال و من أنشطته نقل المعلومات المتاحة أهمية الاتصال: لما كان الاتصال هو الحياة في كافة أوجهها، وفي كل مجالات النشاط كان من الأهمية بمكان، أن يكتسب الإنسان مهارات الاتصال ، كضرورة ملحة لا غنى عنها ، نفسية و اجتماعية، تبدأ منذ اللحظات الأولى من حياة الفرد الى منتهاه .

الاتصال ينمي شخصية الفرد ودوره في البناء الاجتماعي ، و رفع قدراته في أداء وظيفته .

وبالنسبة للمربي الرياضي ، فان الاتصال الجيد ينمي مداركه ومهاراته الرياضية والثقافية .

والاتصال – بالنسبة للمجتمع أداة نقل المعارف ، و هو شريان التواصل بين الأجيال .

يتميز بالاستمرارية والتدفق في الزمان والمكان ، وبالقابلية للتنبؤ ... أشكال الاتصال : لا توجد حدود لأشكال و براعة الاتصال التي استخدمها البشر و يمكننا – على سبيل التوضيح – تصنيف أشكال الاتصال في الآتـــي :

التصنيف المعتمد على أدوات التعبير و فيه:

- اتصال لفظي : يعتمد على اللفظ كأداة أو وسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته الى المستقبل – سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة.
- اتصال غير لفظي : أي تعبيرات اتصالية منظمة دون استعمال اللفظ و منها الاتصال الانطباعي ، الحركات ، الاشارات ، الايماءات ، تقاسم الوجه ، حركات الر أس ، الابتسام ، العبوس ، المصافحة ، الصور ، الرسومات ... الخ .

التصنيف المعتمد على درجة الرسمية في الاتصال:

وفيه اتصال رسمي و اتصال غير رسمي هذا الاتصال يقتصر على جزئية واحدة من الاتصال و هي علاقات العمل ، و ما يدخل في نطاق العلاقات العامة .

التصنيف المعتمد على مدى اتساع المجال الاتصالي : المقصود به ، المدى الذي تصل اليه حدود و دائرة الاتصال و منه:

الاتصال الذاتي ، الاتصال الشخصي المواجهي ، الاتصال الجماعي ، الاتصال الجماهيري الاتصال الثقافي

التصنيف المعتمد على التخصص في الموقف الاتصالي : و منه:

الاتصال في المجال التربوي التكويني : و هو العملية التي يمكن بواسطتها احداث التغيير المطلوب في الملتقى . أي الأسلوب البيداغوجي لايصال المعلومة أو شرح فكرة، أي ، خطة ، برنامج ... الخ .

الاتصال هنا، سلوك شفهي أو رمزي للمرسل للتأثير على المستقبل، فهو كما يرى

- C. HOVLAND العملية التي ينقل الفرد القائم بالاتصال بمقتضاها منبهات

معلومات - توجيهات ... عادة ما تكون رموزا لغوية من أجل تعديل سلوك المستقبل .

هذا النوع من الاتصال حظي باهتمام علماء النفس و التربية و علم الاجتماع،

لارتباطه بالبناء المعرفي للملتقى ، بالادراك والتعلم ، وكافة السمات النفسية والمهاراتية . و أساسه التفاعل و المشاركة في المعنى

أما مدى نجاح المربي ، - المؤطر – في تحقيق التفاعل – التجاوب فهو أمر يعتمد على حسن توجيهه – السهم الى الهدف – أي القدرة على ايصال المعلومة أو الرسالة الاتصالية بشكل جيـد

إن الأنشطة الرياضية ليست فقط ، منافسة تنتهي بنتيجة تحسب بحساب الربح أو الخسارة ، بل هي أنشطة بمضامين تربوية ، علمية ، ثقافية ، إنسانية و جمالية ، تهدف إلى التنمية المتكاملة للإنسان – الشاب – بفضل ما فيها من توازن متناسق بين الأنشطة البدنية و الذهنية و الوجدانية ، و هي وسيلة ترفيه ، و الترفيه ضرورة حياتية للفرد كما للجماعة.

الرياضة إذن وسيلة اتصال و تواصل ، منذ أن اكتشفها الأقدمون و منذ إن طور تدريباتها المختصون ، و منذ إن وضع قوانينها الباحثون فهي في جوهرها مجال تربوي فسيح غني بمضامين السلوك القويم و لأهداف النبيلة .

العملية الاتصالية عناصرها و أسلوبها البيذاغوجي الفعال :

مما سبق نستخلص بان الاتصال عملية تفاعلية؛عملية اشتراك و مشاركة في المعنى بين المرسل و المستقبل و هي عملية processusاجتماعية ديناميكية متطورة نشأت مع نشأة الإنسان و تطورت و ستبقى متطورة و ستبقى متطورة بتطور الحياة
و تقتضي العملية الاتصالية وجود عناصر أساسية هي:

المرسل رسالة وسيلة مستقبل

وهي عملية حيوية نفسية ، ثقافية و اجتماعية ، تحيط بالموقف الاتصالي ، وتلعب دورها في أحداث التفاعل ، والتفاعل بين المفاهيم الأساسية في علوم الاجتماع وفي علوم الإعلام و الاتصال"الحياة الاجتماعية ليست شيئا آخر أكثر من الأسلوب الذي يتفاعل به الأفراد في لمجتمع أو إفراد الجماعة ."

عناصرها

منذ حوالي 60 سنة وضع H. lassoiel أسئلة محورية تضم عناصر عملية الاتصال هي:

من؟ يقول ماذا؟ لمن ؟ بأي وسيلة ؟ بأي تأثير ؟ من ؟
المرسلcommunicateurقد يكون فردا يتحدث أو يكتب أو يصدر أمرا معينا ، و قد

يكون جماعة أو مؤسسة اتصالية تقوم بذلك و من خلال المرسل تتم صياغة الرسالة والهدف الذي تنشده وعلى قدر مهاراته الاتصالية تكون فعالية الاتصال.

يقول ماذا ؟ " الرسالة " أي مضمون الرسالة و الأفكار التي تطرحها من خلال الوسيلة وتتوقف فعالية الاتصال على فهم مادة الاتصال أي الرسالة من حيث إنها ذات محتوى يعبر عن أهداف محددة لمن يقوم بصياغتها و قد تكون لفظية أو اشاراتية أو ضوئية بصرية.

تتطلب الرسالة الإعداد الجيد والتسلسل المنطقي مراعاة مستوى المتلقيين والوقت المناسب و الأسلوب المناسب " ترتيبات العرضبأي وسيلة ؟ و يقصد بها الطريقة أو القناة أو الوسيلة التي يتم عن طريقها تقل الرسالة وتختلف الوسيلة وفقا لهدف الرسالة و طبيعة المتلقي و قدرته على الاستيعاب والتفاعل.

لمن ؟ المتلقي ، قد يكون شخصا أو مجموعة أو فئة أو جماعة محددة الخصائص والمتلقي هنا يقع عليه دور هام في عملية الاتصال، حيث يقوم بفك رموز
الرسالة وفقا للإطار المرجعي " مجال الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقى " بأي تأثير ؟

أي الغرض من الرسالة و التغذية المرتدة الراجعة feed-back ويتمثل في تحليل النتائج والتأكد من تحقيق الهدف و إتمام عملية الاتصال، وكيفية استجابة المتلقي للمؤثرات الاتصالية المختلفة و على المربي إن يكون حساسا غاية الحساسية إزاء feed-backوما إذا كان عليه إعادة الرسالة بصيغة أخرى و بوسيلة أخرى .مهارة التدريب :
قيادة الجماعة(الفوج الرياضي) هي قبل كل شيء فن التأثير على الأفراد و تنسيق جهودهم وعلاقاتهم في الأداء دون محو شخصيتهم و ضرب المثل لهم في الأفعال الأقوال بما يضمن اكتساب ثقتهم و وتحقيق الأهداف المنشودة ، و الميكانيزم الأساسي لأحداث التفاعل بين المدرب و لاعبيه هو القدرة على الاتصال والتوجيه .

فمن خلال عمليات الاتصال بمستوياتها وأنماطها و أساليبها المتنوعة تبرز كفاءة المدرب في الآخرين و توجيههم نحو الهدف.

القدرة على التحفيز و إدراك سمات الشخصية للرياضي و قدراته و استعداده (القدرة هي القوة على القيام أو ممارسة فعل حركي أو نشاط عقلي، و هي ليست

الاستعداد، حيث إن القدرة تعني ممارسة النشاط أما الاستعداد فهو قدرة كامنة أي إن الفرد لابد أن يتعلم و يتدرب على الفعل لبعض الوقت قبل أن يقوم به.

على المربي إن يكون متمكنا من قدرات التركيز و تمكين لاعبيه من هذه القدرة و التركيز هو توجيه الانتباه بدرجة عالية في الموقف الرياضي ، قبل و بعد و يلعب التركيز دورا هاما في نجتح المهارات الحركية .

الذكاء وحسن التصرف في مواجهة المشكلات والمواقف الطارئة
اللباقة و القدرة على التعبير و الحوار و الإقناع ، و المساهمة بايجابية في الأنشطة
إن الموقف الاتصالي عبارة عن سلسلة من المدركات من قبل المرسل و سلسلة الاستجابات من قبل المتلقي مع ما يرافق ذكر من انفعالات و دوافع و اجتماعية تؤثر في عناصر الموقف الاتصالي.

و للنجاح في هذا الموقف يتوجب على المرسل – المربي – إن يكون علما بالموضوع و إتقان نفسه و من الآخرين و إن يضبط بدقة خطوات و مراحل العملية الاتصالية و إن يتابع لأصداء الراجعة من المستقبل حتى يتمكن من تقويم العملية الاتصالية أو عملية التدريب أو المقابلة.

لقد أدت الدراسات في علوم الإعلام و الاتصال و في المجالات الاجتماعية النفسية إلى إيجاد نماذج تهتم بالطرق الناجعة لتوصيل الدراسة الاتصالية .
وعلى العموم فان البيداغوجية السليمة للاتصال تتوقف من ناحية لمرسل على:

مهارته الاتصالية و قدراته الخاصة بعمليات التفكير و الترميز و مستوى معارفه الخاصة و العامة و قدرته على تبسيطها أو تعديلها في رسائل تتفق مع مهارات المتلقي و كذلك تأثير السياق الثقافي و الاجتماعي الذي ينتمي إليه المصدر المرسل و المتلقي و يتوقف نجاح عملية الاتصال بالنسبة للمتلقي على نفس العوامل الخاصة بالمرسل أي المهارات الاتصالية و تأثير السياق الاجتماعي و الثقافي أي التوقف ذو مجال الخبرة المشتركة ومهارات الاتصال الجيد يمكن اكتسابها بالاستعداد و الممارسة و منها الإصغاء الجيد و الفهم الدقيق لما يفكر المتلقون لان المؤثرات التي تكون عقلية إفراد مجتمعنا و خاصة الشباب تغيرت و هي متغيرة هناك تفتح عقلي و نفسي بسبب تدفق الرسائل الاتصالية في الحياة اليومية ، وفي وسائل الاتصال الجماهيري ، و هناك واقع يومي ضاغط له أثره في التوجهات والسلوكات .

ولعل المهارة الأساسية هي التي تعرف بالإدراك الذاتي ، بمعنى إدراك المربي المؤطر لأسلوبه و طريقة تعامله مع الجماعة الصغيرة كل هذا يجعل المربي المؤطر قادرا تطويرا أسلوب اتصاله و التغلب على نقاط الضعف و تقوية

الجوانب الايجابية بمزيد من التكوين و ملاحقة المعارف خاصة و نحن في عصر مجتمعات المعرفة ، عصر ترجمة المعارف العلمية و تطبيقاتها.

المبادئ الأساسية للإعلام

هناك اتفاق على المبادئ الأساسية للإعلام تتلخص في المبادئ التالية:-

الجناب الإنساني والاهتمام بالإنسان.

- لأن الإنسان هو هدف البرنامج الإعلامي.
- من الممكن أن تكون وسائل الإعلام مناسبة للجمهور.
- نجاح الرسالة الإعلامية يتوقف على مدى تناسبها مع الجمهور المستقبل للرسالة.
- الوقت المناسب لنشر الرسالة الإعلامية.
- اتصاف الرسالة الإعلامية بالصدق والوضوح.
- ضرورة اعتماد الرسالة على المصدر الصداقة للمعلومات أو الأخبار.
- ضرورة وجود العلاقة المتبادلة بين المؤسسة والجماهير.
- لنجاح البرنامج الإعلامي ضرورة التركيز على التكرار لنشر الرسالة الإعلامية.
- ضرورة اعتماد القيادات في المجتمع للأفكار الإعلامية الصادقة للمساعدة في نشرها.
- ضرورة الاعتماد على التقويم للرسالة الإعلامية بصفة مستمرة.

الانتماء الرياضي للصحفي

هناك سؤال طالما يتردد في كواليس الصحافة ومجالس الصحفيين الرياضيين هو هل يجوز للصحفي المشتغل في الحقل الرياضي أن يعلن لونه وانتمائه وناديه المفضل .أم أن أخلاقيات المهنة ودواعي التحفظ ومعايير الموضوعية تدفع به للتكتم برايته المحببة ...إن الرياضة في كافة مراحلها تحتل الحيز الكبير في الحياة اليومية للفرد العربي، لذلك جاء الاهتمام بتطوير المناهج التربوية الحديثة لطرق تدريسها ووضع خطط حديثة للتدريب مما أدى إلى البحث عن الطرق الكفيلة التي تسعى إلى تطوير أنواعها سعيا للحصول على الإنجازات العالية أو النتائج المتقدمة والمتميزة في هذا المجال باستخدام الطرق التي تربط بين الحركات الرياضية التي تستخدم معها الأناشيد أو بين تمارينها والحركات التمثلية وخصوصا ما يداوله الناس في أعمالهم اليومية.

إن البحث عن التذوق الجمالي للرياضة يتأتى من خلال من يقوم بتقديم تلك الصور والحركات بعروض التي أطلق عليها تسمية العروض الأرضية ، التي ترتقي بالمتلقي إلى مصاف متقدم من اجل توصيل هذه المتعة لملايين المشاهدين من خلال مشاهداتهم لبريق الألوان الجميلة ، وهذا المزيج من الحركات الرياضية من فنيات اللعب وألوان الملابس الزاهية ،حيث يعمل هذا الترابط إلى نقل الجميع إلى عالم ثاني مملوء بالفرحة والسرور عن طريق إمعانهم للجمالية التي تؤديها المئات من المشاركين بهذه الرياضة.

ولعل الرياضة الجماهيرية أو العروض الرياضية بتسميتها الأخرى هي الرياضة الوحيدة التي هدفها أن يستمتع بها المشاهد العربياعتقد أننا نطرح القضية بشكل خاطئ ونلبس الحق بالباطل في قضايا الصحافة وأخلاقيات المهنة ... فالصحفي لا يخلق الحدث ولا يؤثر فيه إلا في حدود ضيقة ..له حق في التعليق وملزم بتوخي العدل والاتزان في التحليل المستند إلى الوقائع والدلائل ..ولكن الخبر مقدس.. لايجوز تحريفه أو تعديله أو ترويجه من اجل هوى في النفس أو انتماء لرايةبعض الصحفيين يعمد للتكتم عن انتمائه مراعاة لحساسية الجماهير وتعصب فئات عدة منها...وكأنه يكتب من اجل أن يحوز على صوتها أو يخوض معركة لكسب الرأي العام ويعتقد أن كتم انتمائه الكروي دليل إضافي على مصداقيته وموضوعيته ....ولكن هذا لايستند لأية معايير موضوعية أو أخلاقية ...فأجمل ما في كرة القدم الإعلان عن الانتماء وأجمل ما في العمل الصحفي الأمانة في التعليق الرياضي والتحليل ونقل الخبر.

كيف تكون صحفي ناجح

الكثيرين يتفقون بأن الذي يريد ممارسة العمل الصحفي يجب عليه ، التركيز على دراسة فن الصحافة مع الحصول على التجربة الميدانية ، وبأعتقادي الدراسة المطلوبة ليست بالضرورة الدراسة الاكاديمية ، لأن هنالك الكثيرين من الصحفيين المبدعين نجحوا بشكل متميز وهم ليسوا اكاديميين ، لان الصحافة لايمكن تدريسها بقدر ماتجمع بين الرغبة والذكاء والتجربة والموهبة ، والصحافة هي استعداد طبيعي قبل كل شيء ، فمعظم كبار الكتاب هم عملوا في الصحف والمطبوعات الدورية ولا ((يفترض في الصحفي الناجح ان يكون ذا باع طويل في معرفة تأليف الكتب والدراسات التخصصية او الاطروحات الجامعية يكفيه الوضوح والبساطة ومعرفة اسرار اللغة ومقومات الكاتب : كالدأب والصبر والجلد وامتلاك ناصية قدر معقول من ثقافة عامة نصائح للذين يعتزمون بداية حياتهم المهنية بالكتابة للصحف والمجلات)) 1 ففي الصحف مقالات جيدة فما عليك الا ان تقوم بدراستها حيث تمدك بالافكار والاسلوب التي يمكن استثمارها عند الكتابة ، ويعتمد

كذلك الصحفي الناشيء الاستعانة بالقواميس والفهارس ، ودائما على الصحفي استعمال كلمات بسيطة لكي يفهم القارىءمايقصده الكاتب دون جره الى كلمات معقدة وصعوبة الفهم وليس ذلك فقط بل ان يثير اهتمامات القراء على مختلف مستوياتهم الثقافية ان يخاطب العامة دون فئة معينه حيث تجعله ان يأخذ طريقه في النجاح ، وفي كل الاحوال يتطلب اتخاذ طريق الصدق والاصالة والاخلاق اي شرف المهنة دون المساس بالاشخاص على حساب المصالح الخاصة ودائما على الصحفي الناجح ان يوظف الجمل القصيرة في كتابته لانها افضل من الجمل الطويلة لان اكثر القراء ليس لديهم الاستعداد في قراءة المواضيع الطويلة والجمل الطويلة اضافة الى الموضوع الشيق واسلوب عرضه يتطلب على الكاتب ان يفهم فن المانشيت كضرورة في فن الصحافة لانها جزء من اسلوب الكتابة في الصحف من اجل اثارة شهية القارى ء ففي صحافتنا نرى يوميا عشرات المواضيع لكن يجلب انتباهنا موضوع او موضوعين جيدين يثير انتباهنا لكاتب اجاد الكتابة بأبداع واصالة وقلما نرى اليوم مثل هذه المقالات في الصحافة لان اكثر الكتاب الوظيفيين عملهم هو ملىء الصحيفة دون الاهتمام بالفن الصحفي والاسلوب الرصين في الكتابة واهمية الموضوع اضافة الى تهميش رأي القراء .ويقول الفيلسوف (بوليتزر) ان الصحفي بحاجة الى اوسع المعارف واعمقها . يعني ان يكون لديه المام في اكثر المعارف مثل القضايا العلمية والادب والفلسفة وعلم النفس وغيره من اتجاهات معرفية وعلى الاكثر ان يكون موسوعي الفكر.

دور الإعلام في التسويق الرياضي

دور الإعلام في التسويق الرياضي و تحديات التوجه نحو اقتصاد السوق

إن الحضور الجماهيري للمباريات الرياضية سواء من الملاعب أو من خلال التلفاز أو حتى من خلال وسائل الإعلام الأخرى من صحف وإذاعة وغيرها من وسائل الإعلام دفع بالكثير من رجال الأعمال والشركات التجارية الكبرى للاستفادة من الرياضة.

وللحقيقة فقد قفزت الرياضة قفزات واسعة خلال العقود الأخيرة في مجال الدعاية والتسويق فتنوعت الأساليب وتطورت الوسائل الإعلامية في الرياضة مما كان له الأثر الكبير في المسيرة الرياضية.

لقد وجدت الشركات التجارية أن أفضل وسيلة إعلانية هي من خلال الإعلام الرياضي، حيث وجدت أن ارتباط المنتجات التجارية بالرياضيين المشهورين أو الأندية المشهورة له تأثير أكبر بكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية.

فالإعلام الرياضي الصحيح الذي يعطي مساحة للشركات الداعمة أو المسوقة يعطي مصداقية أكبر لتلك الشركات، وكذلك ترسخ في عقول الجماهير لمدة أطول .

وليس أدل على ذلك من شراء الملياردير المصري محمد الفايد صاحب محلات هارودز الشهيرة في لندن غالبية أسهم نادي فولهام وإنفاق أكثر من 50 مليون جنيه إسترليني لتحديث منشآته واستقدام أفضل اللاعبين، وهو يعلم بخبرته التجارية الكبيرة أنه قادر خلال سنوات قليلة على الحصول على أضعاف ما دفعه من خلال حقوق النقل التلفزيوني وصفقات الرعاية وإيرادات دخول المباريات بعد إنجاز الملعب الخاص به على ضفاف نهر التايمز، والذي يعد تحفة معمارية.

إن الوسائل الإعلامية المحلية المختلفة لا تزال بعيدة عن تشجيع الشركات الراعية، فهي تتحفظ في كثير من الأحيان عن ذكر الشركات الراعية أو الشركات المسوقة، مما أبعد الكثير من الشركات عن السوق الرياضي وأوقفها عن الدعم للاتحادات والأندية واللاعبين.

الرياضة ظاهرة اجتماعية حضارية كانت ومازالت تعكس التطور والرقي والقيم في المجتمعات وتعد من ابرز دعائم التنمية الشاملة فيها لأنها تعنى بأهم عناصرها وهو الإنسان فكراو جسدا.

وإذا كان ممارسي الرياضة من الهواة يستطيعون تحمل تكاليف ممارسة رياضة فردية فإن تنظيم الأنشطة الرياضية على المستوى المحلي والدولي يتطلب الكثير من المـــال، لذا جاءت فكرة التسويق في المجال الرياضي.

التسويق في المجال الرياضي: بما أن الرياضة أضحت اليوم أكثر من ظاهرة اجتماعية وسياسية وحضارية كانت وما زالت تعكس التطور والرقي والقيم منذ الحضارة اليونانية الأولى أين كانت تقام الألعاب الأولمبية حتى الحضارة المعاصرة،فهي تعد اليوم من أبرز دعائم التنمية الشاملة فيها لأنها تعتني بأهم عناصرها وهو الإنسان فكرا وجسدا،كونه يعتبر من أهم العناصر الأساسية في عملية الاستثمار،حيث أصبحت الأنشطة الرياضية على المستوى المحلي والدولي يتطلب الكثير من المال،لذا جاءت فكرة التنسيق في المجال الرياضي.

مفهوم التسويق:

مر مفهوم التسويق بمراحل عديدة وتطور هذا المفهوم من فترة زمنية لأخرى ، وعلى الرغم من أن التسويق قد نشأ بنشوء التبادل التجاري منذ القدم ، وبالرغم من تطور دراسات التسويق إلا انه لا يوجد إجماع على تعريف التسويق ، فالتعاريف التقليدية للتسويق تركز في الغالب على النقل المادي للسلع من مراكز الإنتاج إلى مراكز الاستهلاك أما التعاريف الحديثة فقد راعت العديد من الأمور الهامة والمتداخلة عند تعريفها للتسويق.

ومن التعارف التقليدية للتسويق في عام 1947 عرفته "الجمعية الأمريكية للتسويق" بما يلي : أنشطة المشروع التي توجه تدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعيويعاب على هذا التعريف بالكثير ومنها عدم تضمينه للكثير من النشاطات التسويقية مثل التسعير ، والترويج وتخطيط السلع الجديدة.

أما التعريف الحديث للتسويق فقد عرفته نفس الجمعية الأمريكية للتسويق عام 1995م : بأنه عملية تخطيط وتنفيذ التصور الكلي لتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لخلق عملية التبادل التي تشبع حاجات الأفراد والمنشآت ومن هذا التعريف نستنتج أن التسويق يعتبر عملية إدارية ويهدف إلى تنفيذ عمليات التبادل لصالح الفرد والمنظمة والتسويق أيضا لا يقتصر على السلع والخدمات وإنما يتعدى إلى الأفكار والمبادئومن المهم هنا التفريق بين البيع والتسويق حيث أن البيع يعتبر جزءا من التسويق ، فالمفهوم البيعي يركز على إقناع المستهلك بشراء سلعة أو خدمة قد أنتجها مسبقا أما المفهوم التسويقي فيقوم على دور المؤسسة باكتشاف حاجات ورغبات المستهلك ثم محاولة تطوير السلعة أو الخدمة التي تشبع

هذه الحاجات والرغبات من اجل تحقيق الربح ومن هنا نستنتج أن الشركات التي تتبنى المفهوم التسويقي تكون أكثر قدرة على النجاح وتحقيق الأرباح أما التسويق في المجال الرياضي فيعرف بأنه:

التسويق هو أحد الأنشطة الرئيسية والمهمة لأية هيئة سواء كانت رياضية أم غير رياضية،وأن خطة التسويق الرئيسية هي أولى الخطط التي يجب أن تبدأ بها المنشآت التي في ظلها يمكن تخطيط باقي أنشطة الهيئة،ومن ثم تصبح الحاجة ضرورية إلى قيام هذا النشاط على أسس وقواعد علمية وفنية سليمة وعلى معرفة بأحوال الإدارة السليمة.

إذن يعتبر التسويق تعبير عن نظام اجتماعي وعالمي من صنع الإنسان يعبر عن مجموعة من العلاقات التي تسود بين الأفراد القائمة في التنظيم، القائمة على أساس الاستثمار العقلاني والسليم للطاقات الشابة الهاوية والمتمرسة.

يعتبر التسويق الرياضي مجال جديد نسبيا على المستوى المحلي وليس له تعريف مستقل إنما يقع ضمن التعريف العام للتسويق بكل ما يتضمنه من معاني ودلالات والتسويق الرياضي يشهد خلال السنوات الأخيرة نموا مضطردا ومتناسبا مع محاولة الشركات المنتجة توسيع أسواقها في ظل السوق العالمية الحرة وأصبحت الشركات حول العالم تخصص نصيب جيد للتسويق الرياضي من ميزانيتها العامة
وترجع بداية العلاقة بين الرياضة والتسويق إلى عام 1870م عندما قامت شركات التبغ في الولايات المتحدة الأمريكية بطباعة بطاقات لأشهر لاعبي البيسبول وأدخلتها في علب السجائر من اجل الترويج الأكبر للسجائر، وفعلا زادت مبيعات السجائر ، وقد كانت هذه البطاقات بداية الترويج الرياضي لمصلحة الصناعة ثم ألحقت هذه البطاقات بعلكة Bubble الذائعة الصيت ، وتطور الأمر إلى بيع بطاقات للاعبين وصورهم بدون ربطه بسلعه معينهومع تطور التسويق الرياضي واتساع رقعته أصبحت العلاقة بين الرياضة والاقتصاد علاقة تلازمية وذلك بعد أن أصبحت الرياضة عملية اقتصادية في الأساس وباطراد نمو مجال التسويق الرياضي وانتشاره وتنافس الشركات على رعاية الأحداث الرياضية غدت المنشآت الإنتاجية هي الممول الرئيسي لمعظم المناشط الرياضية الصغيرة منها والكبيرة خاصة في الدول المتقدمة وكثير من دول العالم الأخرى وفوق ذلك فان الجهات المنظمة للأحداث الرياضية حققت أرباحا خيالية بسبب تزايد ما تدفعه هذه المنشآت من أموال لرعاية الحدث الرياضي في سبيل الدعاية لمنتجاتها خاصة مع انتشار القنوات الفضائية التلفزيونية التي تساعد في انتشار اسم منتجات الشركات عبر دول العالم كلها

وبالتالي تأتي المصلحة مشتركة بين المنظمين والراعيين أو التلفزيون حيث أن كل منهم يجني أرباح مادية ومعنوية من جراء تنظيم الحدث الرياضي.

الرعاية الرياضية

عرف (جون مينيغام) الرعاية التجارية بأنها (تقديم المساعدة المالية أو ما شابهها إلى إحدى الأنشطة بواسطة مؤسسة تجارية بغرض الحصول على أهداف تجارية

ومن التعريف يتضح أن الرعاية ليست مقتصرة على الرياضة فقط بل تستخدم في الكثير من المناسبات أو الأحداث كالمسلسلات التلفزيونية أو كتاب معين أو برامج إذاعية أو فريق معين والقاسم المشترك فيما بينها هو حافز المشاركة ، فالتبرع للجمعيات الخيرية يكون الحافز هنا عمل خيري وليس المصالح التجارية
ولكن يتوقع للرعاية الرياضية مستقبلا جيدا أكثر من غيرها للأسباب التالية:

1. الاهتمام المتنامي من وسائل الإعلام في تغطية الأنشطة الرياضية بوجه أفضل ولمدة أطول
2. تزايد اهتمام الأفراد في المشاركات الرياضية أو مشاهدة الأنشطة الرياضية
3. أصبحت الهيئات المنظمة للنشاطات الرياضية أكثر مرونة نحو قبول مشاركة الرعاية الرياضية
4. أصبحت وكالات الدعاية والإعلان ملزمة بتخصيص ميزانيات للدعاية التجارية وبإلحاح من العميل ورغبته في الاشتراك في رعاية الأنشطة الرياضية وغيرها.

وفي الجانب الأخر ومع تزايد الاهتمام بالرعاية الرياضية فان للرعاية الرياضية التي تقوم بها الشركات دور أساسي في نشأة ونمو وتطور الرياضة بنشاطاتها المختلفة، فبعض الرياضات وخاصة الاحترافية منها تتطلب مبالغ طائلة لتنظيمها واستمرارها
كما تعتبر رعاية الشركات للنشاطات الرياضية أداه تسويقية متطورة تتميز عن الوسائل الأخرى المتحدة للإعلان بكلفتها المنخفضة نسبيا ، وتتأثر هذه الكلفة بمدى نجاح الحدث الرياضي في الوصول إلى الجمهور المستهدف وبالتالي عدد المشاهدين الذين يتم الوصول إليهم من جراء الحدث الرياضي.

ولذلك فان الإعلام له دور هام جدا في تحقيق الانتشار والبروز للحدث الرياضي وبالأخص التلفزيون الذي يدخل الحدث إلى وسط المنزل في الساعات

المناسبة

الأسباب والدوافع لاستخدام المفهوم التسويقي:

يعتبر التسويق الرياضي أحد الوسائل والطرق التي يجب أن تساهم في حل بعض المعوقات وخاصة المادية التي تتعرض لها الهيئات الرياضية وتحقيق العبء المادي الذي تقدمه السلطات الرسمية لتلك الهيئات.

وإذا أمكن إدخال التسويق الرياضي للهيئات الرياضية واستخدام إمكانياتها فانه يمكن للدولة أن تعيد تنظيم خريطة الدعم المادي لتلك الهيئات مما يكون له أثر كبير في إعادة التوازنات بين تلك الهيئات يحقق ذلك المساهمة في تحقيق تلك الهيئات لأهدافها المرجوة.وعليه يجب أن لا يكون المفهوم التسويقي بالهيئات الرياضية عشوائيا،وبدون استخدام الوسائل العلمية حتى لا يفقد الهدف من السعي لإدخاله في هذا المجال،وعليه يجب أن يخضع للنقاط التالية:

- -تحديد الأهداف الأساسية للهيئة الرياضية
- -تحديد مجال فرص النمو الذي تتجه نحوه
- -أن يقوم التسويق بدراسة واضحة لخصائص مفردات السوق من ناحية حاجاتها ورغباتها
- -تحديد شكل وأساليب المنافسة الشريفة في تقديم الخدمات مع بقية الهيئات الأخرى.

من هذا المنطلق يتضح لنا أن التسويق الرياضي يحتاج إلى دراسة واعية مبنية على أسس وقواعد علمية سليمة،وهو أحد العوامل المهمة التي تستند عليها كل مؤسسة ناجحة،وخاصة منها الأندية الرياضية الكبيرة،التي تعتمد على واقع الحاجة والموضوعية ومتطلبات النهوض بالشباب بصورة عامة،وعليه يجب أن تكون عملية التسويق متكاملة الأبعاد من حيث الكفاءات والقدرات والإمكانيات المادية والمعنوية،وتأتي أهمية التسويق الرياضي كونها وسيلة للعمل المنظم والمحدد وبواسطتها يكون ممكنا الوصول إلى الغايات المطلوبة.

إن مجال العمل الرياضي مجال مهم وحيوي والدولة توليه رعاية تامة ومتميزة ولكن في إطار ما يتاح من إمكانيات وهذه هي نقطة البداية،وهو أن ما هو متاح من إمكانيات لا يفي بالمتطلبات في إطار الأهداف المطروحة والطموحة،'لا أن أساليب ورعاية وتسويق الأنشطة الرياضية قد تطورت كثيرا في وقتنا هذا،فبدأت مثلا باستثمار حقوق الدعاية والإعلان والبث التلفزيوني والأحداث الرياضية تجاريا على نطاق واسع،وهذا أحد المجالات للتسويق الرياضي.وأصبح التسويق علما يستند إلى أسس وقواعد علمية،وأن التسويق الرياضي هو أحد

الأنشطة المصممة لمقابلة احتياجات ورغبات المستهلك الرياضي من خلال عملية المشاركة.

إذن التسويق الرياضي أصبح تجارة رائدة على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي يقوم على وجود سوق رئيسية من خلالها تستطيع الأندية تلبية حاجياتها العامة،والهدف التسويقي من صناعة الرياضة واستراتيجيات التسعيرة وسياسات التوزيع،والمناهج المقدمة في الرياضة والمدربين ورؤساء النوادي الرياضية ،وعلاقات ووسائل الإعلام الرياضية كلها مثلث العمل التسويقي في المجال الرياضي،وهذا كله يقوم على أساس إرضاء المستهلك وخاصة الجمهور الرياضي .

فالتسويق الرياضي يستند على الخبرة والإدراك المعتمد على التصور المبني على التوقعات وكل رياضة من الرياضات تحتاج إلى قدر كبير من التنظيم الإداري كالتنظيم والاتصال والتنسيق والتسيير السليم سواء كان داخليا أو خارجيا .
*مجالات التسويق الرياضي:

إن التسويق الرياضي كغيره من أنواع التسويق الأخرى وهو لا يقل أهمية عنها كونه يشمل جوانب فردية وجماعية،ومجالاته أوسع بكثير ،وتتمثل مصادر التمويل في الرياضة بما يأتي:

- الترخيص باستخدام العلاقات والشعارات على المنتجات ووسائل الخدمات
- الإعلان على ملابس وأدوات اللاعبين.
- الإعلان على المنشآت الرياضية.
- استثمار المرافق والخدمات في الهيئات الرياضية.
- عائدات تذاكر الدخول للمباريات والمناسبات الرياضية.
- الإعانات والتبرعات والهبات
- عائدات انتقال اللاعبين
- اشتراكات الأعضاء ومساهمات الأعضاء
- استثمار حقوق الدعاية والإعلان
- حقوق البث الإذاعي والتلفزيوني للأنشطة والمناسبات الرياضية . الإعلان في المطبوعات والنشرات والبرامج الخاصة بالأنشطة الرياضية.
- تسوق اللاعبين،حيث أصبح الاحتراف عنصرا أساسيا لدى الأندية.
- تسويق تكنولوجيا المعدات الرياضية وهو مجال من أخصب المجالات التي تحوز على كثير من الهيئات لاستخدام التكنولوجيا للمعدات الرياضية .

- التسويق في مجال التغذية الرياضية خصوصا فيما يتعلق بطعام وشراب الرياضي
- تسويق برامج التدريب الرياضي المبني على أسس علمية وقواعد تربوية هادفة لتحقيق أهدافها.

لاشك أن الإعلام كان ومازال يمثل أكثر الجسور أهمية لربط الجمهور بالمؤسسات الاجتماعية المختلفة خاصة الرياضية منها، على الدرجة التي أصبح فيها الإعلام مصدرا شبه وحيد للمعلومة والفكرة، والعلاقات فيما بعد، فوظيفة الإعلام وأهمية الاتصال الرياضي يمثل أكثر المسارات وضوحا في تاريخ الإدارة الرياضية الجزائرية منها والعالمية، بالنسبة للباحثين والمهتمين بالرياضة وشؤونها فيما يخص العقود مع اللاعبين والمدربين، وعملية الإشهار، والتسويق وتغيرها.

وقد نجح الإعلام فعلا في تجسيد الوظيفة المذكورة وجعلها أكثر فعالية ومنطقية عما كانت عليه في السابق، حيث أصبح يقوم على الشفافية والحرية في الرأي الرياضي ومساندتها للمؤسسات والرق الرياضية، وكذلك الشركات الممولة، وتنوعها عبر الوطن والعالم.

وتعتبر حصة صدى الملاعب التي يقدمها مصطفي الأغا بقناة أم بي سي دليل حي على عملية الاتصال والإعلام الداخلي والخارجي ونوعية العلاقات القائمة بين الطاقم الإداري في المؤسسة الرياضية، التي يستضيف فيها منشط الحصة في كل مرة رئيس ناد رياضي أو مدرب فريق لمناقشة بعض الحقائق المتعلقة باللعبة من جهة والإدارة الرياضية للفريق من جهة أخرى، حيث يعتمد فيها على الشفافية المطلقة في الحوار، حتى يتسنى للسامع أو المشاهد الوقوف على حقائق الأندية الرياضية وإدارتها وكيفية تسييرها، لأن عملية التنافس والمصالح المتصارعة تشكل محور عملية التغير المستمرة التي تحكم الأندية الرياضية، من أجل تحقيق مكاسب جديدة والمحافظة على مصالحها التي يمكن تلبيتها، لهذا تساعد وسائل الإعلام والاتصال من خلال إعلاميتها على فهم وتحديد الاحتياجات، ومن ثم إدراك مشاعر الرضا من عدمه بواسطة الاتصال بالجماهير، خاصة في ظل التحول نحو اقتصاد السوق، التي أصبحت الرياضة تمثل ميدانا خصبا للاستثمار والتسويق، وهي علم قائم بذاته له قوانينه وأدواته التي يستخدمها في كل ما يتعلق بما هو رياضي، حيث تخصص فيها الخبراء والمستشارون للعلاقات العامة في الأندية الرياضية محاولة منهم الوصول إلى الهدف المنشود بأقصر الطرق ولكن بتظافر كل الجهور، فردية كانت أو جماعية.

الفصل الثاني

الإعلام الرياضي فــي البلاد العربية بين الواقع والمأمول!!

سأحاول فيـ هذه السطور استبيان دور الإعلام الريـاضي في المنظومة الكروية داخل البلاد العربية

من خلال ابراز المشاكل التي تعترضه ومحاولة البحث عن حلول جذريــة حتى يـــأخذ المنحىالذي وجد من اجله وهو توجيه الرأي العام وتوفير الاخبار اللازمة للمتـابع الرياضي بصفة عــامـــةالإعلام بصفة عامة يـــُعتبر السلطة الرابعة في اي دولـــة وهو بالاساس عمليـــة تعبير موضوعيتقوم على البحث عن الحقائق وجمع المعلومات ، وبعض الاشاعات لجلب الانتـــباه او لأغراض مشبوهةلـكن الغاية الاساسية للإعلام الرياضي تتمثل في ذلك المضمون الذي يقدمه سواء للقارء ان كاناعلاما مقـروؤا او للمشاهد ان كان مرئيا وللمستمع ان كان اعلاما سمعيـا ، ومدى مسايرتـه لروح المجتمعالموجود فيـه ، فيكون اما فعالا او مشوها له ،خاصة ببث الاشاعات وتوجيه الرأي العام الـى غايات مريبة.

ونـــظرا لأعتماد المتابع للشأن الريــاضي على ما يـــقدمه الإعلام من اخبار وتقارير ومايقوم به منصياغة الواقع الرياضي فـاذا قدمه كما هو كان مجرد خبر واذا تم التلاعب فيـه كانت الأزمات والمشاكللذلك كان لابد من مراقبة هذا الهيـكل حتى لا يـــصاب المتابع الريـاضي بتمزق وتشتت الرؤىويفقد الثقة بذلك في كل ما يمت للرياضة بصلة في ذلك المجتمع المصغرـ المنظومة الريـاضية المحلية.

وتكمن ابرز سلبيات الإعلام الرياضي في البلاد العربية في النقاط التاليـة:

- ـالتجاهل النسبي الذي يبرز في اعمدة الصحف والملحقات الرياضية للواقع الرياضي ومشاكل الفئات الشبابية
- ـغيـاب التواصل بين المؤسسة الإعلامية والهياكل الريــاضية من اتحاد وانديـــة
- ـالاشـــاعات لأثارة البلبلة.

ـ ضعف التأطير داخل المؤسسة الإعلامية وغياب الكفاءات المتخرجة من كليات الصحافة وعلومالاخبار.

والــى ذلك من المشاكل,,,

ومنه يمكن استنتاج بـــعض الحلول التي قـــد تكون ذات فائدة اذا طبقت..

لعل ابرزها يكن فـي تفعيل الجهات الرقابية الخاصة بالإعلام الريــاضي خاصة تلك التي تراقبمصادر الاخبـار ، لدعم ثقة الرأي العام في هذا الـهيكل..

ووضع قـــانون ينظم الانتدابات في هذا المجال فـــالدخلاء كُثر واصحاب الاقـلام المأجورة ايضا كثر في هذهالحالـــة وجب مراقـــبة مسارات بعض الخطوط التي تسعى للكسب المادي اكثر من انارة الرأي العاموالبحث عن حلـــول كفيلة بتطوير الريـاضة في البلاد العربية..

من بين الحلول ايضا زيادة المكافآت والحوافز لأصحاب الاقلام الداعمة للتطوير..

دعم الاستثمار في المجال الإعلامي من خلال استغلال الدورات والمناسبات الهامـة كانت محلية او اقليمية..

كذلك نجد ان للدولة دور في تجهيز الملاعب والصالات بـــأماكن لائقة خاصة بالإعلاميين حتى يكون عملهم مثمر وفي مستوى الحدث..

ولا ننسى تسليط الاضواء على الفئات الشبابية والمواهب المدفونـة حتى يكون للإعلام دور ريادي في هذا المجال.

عموما هي بعض السطور التي قد تكون موجزة لـــكنها تتحقق بـــشكل او بأخر في احد اهم ركائز المنظومة الرياضية

في عالمنا العربي الذي يعاني مشاكل جمة لا يمكن انكار دور الإعلام التقليدي فيها...

رسالة إلىالإعلام الرياضي

يبدو ان البعض قد نسى او تناسى او اريد له ان ينسى بعض الحقائق الثابتة التي حتى لا تحتمل جدالا او نقاشا . كعادته طل علينا الرجل عبر شاشته الفضائية يصرخ وينادى اين الحق واين دولة القانون ولماذا تصمت الدولة على ما يفعله هؤلاء القابعون هناك في (التالتة شمال) هؤلاء الكفرة الشذوذ تارة والممولون الملحدون تارة اخرى . الرجل ومخرجه المبهر الذى لا يكل ولا يمل قاموا باستعراض (الدخلة) الخاصة بأولتراسالاهلى بضلعيه اهلاوىوديفيلزفيمباراةالاهلىوتوسكرالكينى ببرج العرب والتي ظهر بها احد افراد الاولتراس يحمل ورقة كتب عليها بالانجليزية no scaf وهي تعنى لا لحكم العسكر

ثم يظهر المشير محمد حسين طنطاوىو هوينظر لثلاثة اطراف هم الشرطة المجلس العسكرى والداخلية وجمهور المصربالبورسعيدى ويشير تجاه فرد الاولتراس وهذه الدخلة من وجهة نظر اولتراسالاهلى تعبر عن ما حدث في مجزرة بورسعيد فبعد ان قام جمهور الاهلى بالهتاف ضد المجلس العسكرى الحاكم في تلك الفترة والمتسبب في قتل احد اعضاء الجروب وهو الشهيد محمد مصطفيكاريكا الذى استشهد في احداث مجلس الوزراء قام المجلس العسكرى بتدبير تلك المجزرة متعاونا مع الداخلية والبعض من جمهور المصربالبورسعيدى للانتقام من جمهور الاهلى الذى هتف عيانا بيانا ضد القتلة .

ايا ما كانت درجة اتفاقك او اختلافك مع وجهة نظرهم او رؤيتهم لما حدث في المجزرة فالعار كل العار ان توضح للرأى العام المصرى ان الدخلة فقط كانت عبارة عن فرد أولتراس يحمل ورقة مكتوب عليها no scaf فقط دون الاشارة الى كل ما سبق .. الحقيقة لا ادرى اذا كان دور الإعلام كما افهم هو ان ينقل الحدث كما يحدث ام كما يراه هو ؟ .

كما ان هذا ايضا هو ماحدث في المرة الاولى التي هاجم فيها الأولتراس مقر اتحاد الكورة فقام إعلامناالرياضيبأدانة ذلك الفعل وهم محقون وقالو انه يجب معاقبة من فعل ذلك وهم محقون وظهر الرجل على شاشته صارخا مستصرخا يطالب بمعاقبة من فعل ذلك.. الا انه لم يذكر قط من قريب او بعيد ما الذى دفع هؤلاء على فعل ذلك ولم يذكر ان اتحاد الكرة المصريفي ذلك الوقت قد تواطىء ولم يرسل اى مستندات للمحكمة الرياضية الدولية بشأن قضية بورسعيد مما جعل العقوبات تصدر مخففة على النادي المصري ولا تتناسب مع قدر الكارثة التي ارتكبها جمهوره..

(اعمل حاجة بقى يا عم برادلى) هكذا قال المعلق الشهير فيمبارة المنتخب الوطني وطل علينا النقاد والمحللون ينتقدون مدرب المنتخب الوطني بوب برادلى ..وانا لا ادري ماذا يصنع الرجل أكثر من الفوز بأربعةأهداف خارج الديار؟ .. لماذا كل هذا الهجوم على رجل حقق أربعة انتصارات متتالية في التصفيات ووصل الى العلامة الكاملة حيث جمع 12 نقطة ولم يهزم او يتعادل فيأيمبارة رسمية حتى الان وتقريبا ضمن الوصول الى المرحلة النهائية من التصفيات ؟

اذا اتجهنا للناحية الفنية في اللقاء فكان اعتراض اغلب النقاد والمحللين على الطريقة التي بدأ بها بوب برادلى اللعب.. الرجل رأى انه من الأفضل ان يلعب بطريقة 3/4/3 وان يؤمن الناحية الدفاعية ويلعب بثلاثة مدافعين في قلب الدفاع حجازى وفتح الله ووائل جمعة وفي وسط الميدان رأى ان وجود حسام عاشور والننى وهم لاعبون شباب ويمتازون بقطع الكرة وامكانية تعطيل هجمات الخصم

وعلى الاطراف كان وجود احمد فتحى واحمد شديد منطقى وفي الهجوم حيث كان نقطة اعتراض المحللين والنقاد الكبرى على عدم وجود مهاجم صريح ولكن استطاع محمد صلاح ان يثبت ان وجهة نظر برادلى صحيحة فبرادلى رأى ان سرعة صلاح الفائقة تحتاج الى لاعب صاحب رؤية وخبرة وهو ما يتميز به أبو تريكة واحمد عيد عبد الملك وبالفعل استطاع ابو تريكة ان يصنع هدفين في قلب الدفاع وان يضع له الكرة في المساحات الخالية خلف مدافعى الخصم وبعدها اما انا يحرز اهدافا او يصنع اهدافا كما صنع هدفا لابو تريكة او ان يحرز صلاح ثلاثة اهداف بنفس الطريقة ولو كان احمد عيد عبد الملك في حالته الطبيعية لصنع لمحمد صلاح اهدافا اخرى.

اما عن تغييرات بوب برادلى فالدفع بالمحمدي كجناح ايسر ربما كان خاطئا وكان من الافضل ان يدفع بلاعب اخر في هذا المكان فاذا كان المراد من تغيير المحمدى هو التأمين الدفاعى فكان من الاول الدفع بلاعب يلعب بجوار عاشور والننى مثل عمرو السولية . وهو ما قام به برادلى بالفعل بعد ان اشرك ابراهيم صلاح كلاعب وسط مدافع لكى يؤمن وسط ميدانه. من الممكن ان نختلف ونتفق في هذا اما الحديث عن ان برادلى لا يصلح وانه مدير فنى فاشل فهذا لا يليق خصوصا في تلك الفترة التي يجب ان يقف فيها الجميع بجوار برادلى

(انا اعرف ان الناس هنا يحبون ان يتحدثوا كثيرا ولا تستطيع ان تعرف من قال ماذا ؟؟ وعندما تواجه احدهم بما قاله ينكر تماما !!) هكذا قال برادلىفي لقائه مع احمد حسام ميدو عن الإعلامالرياضيفي مصر وانا ارى انه محق.

الإعلام الرياضي بين التصنيف والتسويف

عبر العديد من الإعلاميين الرياضيين عن استيائهم الشديد للاوضاع والظروف المؤسفة التي يعاني منها ويمر بها اتحاد الإعلام الرياضي الذي عصفت به الخلافات الجانبية وهمشت دوره المهني في بلاط صاحبة الجلالة حتى أصبحت الكلمة مجرد وسيلة للابتزاز تارة، وللارتزاق تارة اخرى حسب آراء ووجهات نظر بعض زملاء الحرف الذين اجمعوا على ضرورة اعادة الاعتبار لهذا الكيان الإعلامي الهام الذي يمثل الركيزة الأساسية للنهوض بالحركة الرياضية وحجر الزاوية من نقل وكشف حقائق الأمور وتوضيح الصورة عن كلما يدور في ملاعبنا واتحاداتنا الرياضية بكل شفافية ومصداقية بعيداً عن المجاملات والتلميح والانجرار وراء هوامش الأمور التي قال عنها من التقيناهم في هذا التحقيق بأنها سبب البلاء، ومكمن الداء الذي أصاب اتحاد الإعلام الرياضي وأوصله الى ما هو عليه اليوم في وضع يشكو فيه حاله ويندب فيها وضعه، ويبحث فيها عن ذاته والذي حاولنا في هذا التحقيق ان نرسم ملامحه ونضع على شخصيته حسبما بدأها ويرسمها شخصيات إعلامية رياضية.

البداية التقينا بالاخ احمد السياغي مديرعام الاتحادات والاندية بوزارة الشباب والرياضة والذي قال:

يعتبر الإعلام الرياضي هو المرآة العاكسة للحركة الرياضية وهو الذي يتحدث عن الانجازات الرياضية وماذا سيقدمون الإبطال اثناء مشاركتهم في الإطار المحلي او الخارجي ويعتبر الركيزة الأساسية لتطوير الحركة الرياضية في بلادنا، ولكن للاسف الشديد اتحاد الإعلام الرياضي لم يستطع ان يخدم نفسه في الوقت الحالي نظراً لابتعادهم عن بعضهم البعض ولم يكونوا يوماً عند كلمة واحدة فتراهم شرقاً وغرباً ولم نسمع يوماً ان الإعلام الرياضي مجموعة متكاملة، فعلى سبيل المثال كنت في السابق عضواً في مجلس اتحاد الإعلام الرياضي وكانت فيها مجموعة جيدة ومميزة بسبب علاقتها الشخصية وسلوكها الجيد مع الناس حتى تعاملها مع الحركة الرياضية .

وعن علاقة وزارة الشباب مع الإعلام الرياضي يقول:

ان علاقة وزارة الشباب والرياضة مع اتحاد الإعلام الرياضي علاقة نموذجية ومعالي الوزير الاستاذ حمود عباد قد وجه كلمة الى الأخوان في الإعلام الرياضي وقال: بان وزارة الشباب ستتعاون مع هذا الجانب بشكل كبير وحقيقة نريد مجموعة من الإعلام الرياضي تصرخ وتتفق وتتوحد وتاتي الى وزير الشباب وتقول نحن نريد انتخابات للإعلام الرياضي كسائر الاتحادات الرياضية،

صحيح اتحاد الإعلام الرياضي اتحاد مهني الا اننا في وزارة الشباب عاملين حسابنا في هذه الخصوصية ومثله مثل اي اتحاد رياضي باعتبار وزارة الشباب والرياضة الجهة المشرفة والداعمة ولن تنفعهم لانقابة ولاغيرها.

كيان موحد

وفي ما يخص تصنيف الإعلام الرياضي يقول الزميل عبدالكريم الرازي صحفي رياضي.

بالنسبة لتصنيف الإعلام الرياضي موضوع قد طال كثيراً وتمايعت القضية بين وزارة الشباب والرياضة واللجنة المؤقتة للإعلام الرياضي وبين نقابة الصحفيين ولم يخرجا الى حلول مناسبة في هذا الجانب وصراحة ما ادلى به معالي الوزير الاستاذ حمود عباد وزير الشباب والرياضة للوسائل الإعلامية الشهر الماضي ان الكرة في ملعب الإعلام الرياضي ينبغي علينا اولاً ان يكون عندنا ادارة لتصنيف انفسنا اولاً ونحتكم الى كيان موحد في الإعلام الرياضي واعتقد من وجهة نظري الاحتكام الى عقلائنا في الإعلام الرياضي الذين لا يثيرون المماحكات في الوسط الرياضي وذلك بهدف تشكيل كيان من الإدارة العامة للإعلام الرياضي بوزارة الشباب والرياضة باعتباره جانب تنظيمي ومهني، ان اتحاد الإعلام الرياضي المؤقت في بلادنا بدأ الناس يرونه من اسوء الاتحادات.

عدنان مصطفي رئيس القسم الرياضي في صحيفة الوحدوي يقول :
واقع الإعلام الرياضي كالأحجار بين الماء الراكدة وذلك لعدم التكاتف بين الزملاء والجلوس على طاولة واحدة والخروج من هذه المشكلة خاصة والرياضة بدأت تفقد مصداقيتها نتيجة للابتعاد واللامبالاة عند البعض.

وعن علاقة الإعلام بالرياضيين يقول عدنان:

دور الإعلام الرياضي ضعيف جدا تجاه الاتحادات وأصبحت مشكلة الإعلام الرياضي ابتزازاً بمعنى أصح لا وجود للإعلامي الفطن الذي بإمكانه أن يطور وضع الألعاب الرياضية المختلفة على الساحة وحقيقة إذا أردنا تطوير الرياضة يجب تكاتف الزملاء فيما بينهم لأن العمل الرياضي بحاجة الى دعم ومساندة من قبل وزارة الشباب والرياضة واللجنة الأولمبية لأن الإعلام الرياضي في الوقت الحالي في وضعية سيئة.

جسد مهلهل

يتحدث الإعلامي الرياضي الأخ عبدالجبار المعلم ي عن واقع الإعلام الرياضي ويقول:

من المؤسف جداً أن يضل وضع الإعلام الرياضي على هذه الشاكلة منذ مدة طويلة دون أن تبادر قيادة وزارة الشباب والرياضة الى تحريك المياه الراكدة وإعادة الحياة الى جسد الكيان الرياضي المهلهل الذي أصبح يعاني الأمرين سواء من الوزارة المعنية او من نقابة الصحفيين اليمنيين التي أهملت الموضوع وأصبح حبيس الأدراج لا توصيف ولا تصنيف ولا يحزنون فعملية أمالة موضوع التصنيف والتوصيف الى نقابة الصحفيين عملية خاطئة كون الإعلام الرياضي يتبع وزارة الشباب والرياضة فهي الأحق بان توكل عملية التوصيف والتصنيف الى لجنة من داخل إطار الوزارة إلا أن الوضع أصبح بالنسبة لهم مسلٍ لأن الإعلام الرياضي أصبح مشتت وأصبح كيانات متعددة تنهش بعضها البعض فهذا شيء حزين ولا يرضي اي شخص عاقل .

وبدوري أوجه نداء الى معالي الأخ الأستاذ حمود محمد عباد وزير الشباب والرياضة لإنقاذ ما يمكن إنقاذه من بقاء الجسد المهلهل للإعلام الرياضي الذي يشكل العضد الأيمن للرياضة اليمنية.

ذل وهوان

علي الدبعي من صحيفة سبورت الرياضي يقول:

الإعلام الرياضي هو سند الحركة الرياضية والشبابية بسلبياته وإيجابياته وكل منهما مكملاً للآخر وأنه لا يمكن إصلاح الاعوجاج في بعض الأطر الرياضية إلا إذا وجد نقد رياضي بناء يصلح حالها ويعيدها الى الطريق السوي والسؤال هنا.. هل استوعبنا نحن معشر الإعلاميين أهمية وأهداف الرسالة الإعلامية النبيلة؟ لا أعتقد ذلك لأن ما وصل إليه إعلامنا الرياضي في الوقت الراهن من ذل وهوان هو خير شاهد .

من هو الإعلامي الرياضي؟

إننا نسير عكس التيار المهني، إعلامنا الرياضي فقد مصداقيته وتجرد من أهدافه النبيلة في تناول سلبيات وإيجابيات كل ما يدور على الساحة الرياضية والالتزام بمهنية الصحافة الرياضية الرفيعة، أصبحت اليوم مهنة ارتزاق ليس إلا لأن الجميع يلهث وراء المادة ولا يهمه إذا كان هناك فساد يتطلب منه استئصاله أم لا، ولكن تجدني أعود متسائلا هل للوضع المعيشي الراهن علاقة بما يدور على الساحة، ويضيف الدبعي حقيقة هناك من يسيء للإعلام الرياضي ومثل هؤلاء لا بد من صدهم لأنهم جعلوا من مهنة الصحافة.. مهنة للتسول والقرصنة والتطاول على الاخرين دون وجه حق وللأسف الشديد أن هؤلاء القراصنة ممن يسمون أنفسهم بين قوسين "إعلامي رياضي" يجدون من يشجعهم على ممارسة قرصنتهم والمضي قدماً في البلطجة والتسول، ولكن هذا لا يعني أن جميع الإعلاميين

الرياضيين هم من فصيلة القراصنة فهناك إعلاميون نرفع لهم قبعاتنا لأنهم ترفعوا بمهنتهم وأوجدوا لأسمائهم مكانة رفيعة على الساحة الرياضية اليمنية وأناشد عبر صحيفتكم الموقرة بأنه لا بد من وضع ضوابط لأولئك القراصنة، وهذا لن يكون إلا بتعاون الجميع وصد مثل هذا النوع من الإعلامي الرياضي المبتز ايضا احترام الذات وهو عنصر مهم حتى نرتقي بالمهنة وبأنفسنا وكذا على الإسراع من عملية التوصيف والتصنيف كما يجب على رؤساء الاتحادات الرياضية التفريق بين الغث والسمين وليس كل من حمل بيده قلما يقال إعلامياً خصوصاً أن دور رؤساء الاتحادات لا يقل أهمية في إصلاح حال الإعلام الرياضي المزري.

من سيء إلى أسوء

أما الأخ إبراهيم فتحي من وكالة سبأ فيقول بأن الوضع الحالي الذي يعيش فيه الإعلام الرياضي ضياع ومع مرور أكثر من سنة ونصف أصبح الحال الى الاسوأ نتيجة لعدم وجود من ينظم أمور الإعلاميين الضائعين الذين لا يجدون مكانا يمارسون فيه نشاطهم، مثلهم مثل بقية أعضاء الاتحادات الرياضية الأخرى، فهم عبارة عن رعية بدون راع وكان وجود المقر الذي كان مجرد محطة لقاء ودي للزملاء من كافة الصحف الرياضية تم إغلاقه.

والذي كنا نأمل فيه محطة الانطلاقة لإعلامنا الرياضي وأناشد الأخوة في نقابة الصحفيين وكبار الصحفيين في إعلامنا الرياضي الى النظر في ملف الإعلام الرياضي المطروح عليهم كون هذا الاتحاد يضم عدداً كبيراً من الإعلاميين الشرفاء الذين يعتبر مصدر عيشهم ورزقهم من مهنة العمل وأغلبهم أعضاء عاملون في النقابة وكذا الجلوس مع مجموعة من الصحفيين الكبار في الإعلام الرياضي أمثال الأستاذ عبدالله الصعفاني أحد المسؤولين في النقابة والأستاذ محمد سعيد سالم مدير عام الإعلام بوزارة الشباب والأستاذ مطهر الأشموري وهؤلاء معروف تاريخهم ويقومون بإعداد ملفات الصحفيين الرياضيين الذي تجاوز عددهم 400 ملف ويتم تقديمها للنقابة الصحفيين واعتقد بأن العدد سيقل بكثير وسوف يتضح للجميع من هو الإعلامي الرياضي إضافة إذا تم ذلك بنسبة صادقة من هؤلاء ليصبح وضع الإعلام الرياضي واضحاً بدلا عن التهرب ورمي اللوم على الاخر.

التصنيف مرة أخرى

يحيى الحلالي من صحيفة الثورة الرياضي تحدث بدوره قائلاً:

مما لا شك فيه أن واقع الإعلام الرياضي في الوقت الراهن في ادنى مستوياته ولم يطرأ عليه أي تحسن بل زاد تواضعا وتدهورا حتى أصبح يجمع

الغث والسمين وما نأمله أن تقف وزارة الشباب والرياضة ووزارة الإعلام ونقابة الصحفيين موقف الجد تجاه قضية الإعلام الرياضي حتى يستعيد مكانته التي كان عليها قبل سنوات عديدة وأن يتم تصنيف الإعلاميين الرياضيين لكي يضم الى كيانهم الأكفأ والأجدر فقط، ولا مكان للذين أساءوا للإعلام الرياضي وزادوا من حالته سوءاً.

أما بالنسبة للدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي في الحركة الرياضية فكما هو معروف أن الإعلام هو حجر الزاوية لأي مجال من مجالات الحياة ولا يمكن أن ينهض قطاع ما دون وجود إعلام فعال وحري ومؤثر يقول للمصيب أصبت وللمخطئ أخطأت، وكما نعلم أن الرياضة هي حركة دائمة ونشاط متواصل ولذا الإعلام له دوره البارز في الحركة الرياضية سواء كان في تطويرها او تراجعها للخلف ولكن مانعانيه حاليا رغم وجود الكم الهائل من الصحف الرياضية والملاحق المتخصصة وكذا تخصيص عدة صفحات في الصحف للرياضة هو تسخير تلك الصحف للمصالح الشخصية باستثناء القليل الذي قد يكون نادرا ولو تم معالجة القضايا الرياضية بمصداقية وموضوعية بعيداً عن المحسوبية لوجدنا رياضة متطورة تبنى على أساس سليم وسيخاف القائمون على شؤونهم من الصحف التي تراقبهم بعين الحق والصدق، ولكن الآن كل شيء يسير عكس التيار وأصبح الذي يعمل بصدق هو المخطئ والمخطئ هو الذي يسير على الطريق السليم وهذا ليس رأياً شخصياً بل هو الواقع الذي نعيشه حالياً ونتمنى أن يتغير وهذا لن يتم إلا بتصنيف الإعلام الرياضي وهيكلته.

خير الكلام: الإستراتيجية.. الصندوق.. ماذا بعد..!

حدثان بارزان ومهمان شهدتهما الساحة الرياضية والحركة الشبابية مؤخراً في بلادنا كما عاش فصولهما وتابع تفاصيلهما يوماً بيوم ولحظة بلحظة كافة شباب وأبناء الوطن من مختلف الأعمار والشرائح الاجتماعية والمستويات المعيشية والتعليمية والمواهب والهوايات الشبابية الرياضية منها والثقافية أو الإبداعية والذين كانوا خلال الأسبوعين الماضيين محوراً أساسيا في اجتماعات ومداولات ونقاشات السلطتين الرئيسيتين في بلادنا السلطة التشريعية ممثلة بمجلس النواب من جانب والسلطة التنفيذية ممثلة بمجلس الوزراء من جانبٍ آخر والتي على أثرها ظفر شباب وابناء اليمن بما في ذلك الأطفال حديثي الولادة بقرارين وطنيين مهمين ومرتبطين بواقع الطفولة والشباب الحاضر والمستقبل وذلك على ضوء الإستراتيجية الوطنية للطفولة والشباب والتي تم اقرارها مؤخراً من قبل مجلس الوزراء والتي مثلت خطوة جادة ومهمة من قبل الحكومة على طريق الانتقال بهذه الإستراتيجية من مضمونها النظري التنظيري الى واقعها العملي وجوهرها التطبيقي التنفيذي والمتضمن العديد من الخطط والبرامج العلمية العملية الخدمية

منها والتنموية والتي تستهدف شريحة الأطفال والشباب ممن هم دون سن ال 25 والبالغ عددهم اكثر من تسعة ملايين نسمة اي ما نسبته 75٪ من اجمالي التركيبة السكانية والاجتماعية في بلادنا وهنا تكمن اهمية الاستراتيجية الوطنية للطفولة والشباب والتي تزامن اقرارها من قبل الحكومة ودخولها حيز التنفيذ مع قرار السلطة التشريعية وتصويت نواب الشعب بالاغلبية على قرار ابقاء واستمرارية صندوق رعاية النشء والشباب ضمن هيكل وزارة الشباب والرياضة مع ضمان استقلاليته مالياً وادارياً وفقاً لآلية عمل ونشاط الصندوق واستناداً لمهامه وأهدافه الوطنية التي انشئ من اجلها وقام على أساس تنفيذها والاهتمام بها صندوق رعاية النشء والشباب والذي تنتظره في المرحلة الحالية والقادمة مهام وواجبات واستحقاقات كثيرة وعديدة في مجال دعم ورعاية النشء والشباب خدمياً وتنموياً وبهذين القرارين الوطنيين الهامين الحكومي والتشريعي واللذين قوبلا بسعادة وفرحة غامرة وارتياح كبير من قبل كافة ابناء الوطن أطفالهوناشئيه وشبابه ومن جميع الفعاليات والمؤسسات والهيئات المعنية بقضايا الاطفال والشباب في بلادنا والذين يتطلعون بتفاؤل وينظرون بأمل الى ما ستثمر عنه هذه القرارات وما ستحمله معها من خيرات وحلول ومعالجات للعديد من القضايا والصعوبات والمشاكل التي يعاني منها ويشكو من أضرارها وتداعياتها أطفال وبراعم وناشئو وشباب اليمن اجتماعياً وخدمياً وتنموياً وصحياً وتعليمياً وثقافياً وابداعياً ورياضياً وذلك انطلاقاً وترجمة عملية لشعار (معاً لتنمية الأطفال وتعزيز دور الشباب في بناء الوطن)، الذي رفعه وعقد تحت عنوانه المؤتمر الوطني الاول للطفولة والشباب وتم فيه مناقشة واقرار مشروع مسودة الاستراتيجية الوطنية للطفولة والشباب وصولاً الى تحقيق الطفولة الآمنة والمستقرة وضمان مستقبل مشرق وواعد لاهم واكبر شريحة اجتماعية وسكانية تحتضنها هذه الأرض الطيبة وينتظر خيراتها وعطاءاتها مجتمعنا والوطن اليمني عموماً.

سموم الإعلام الرياضي

من كان يتذكر بداية الموسم الماضي من تهديد ووعيد من الصحافة المدريدية لكل الأندية المطالبة بالبطولة العاشرة وأن مورينهو هو المنقذ هو الأفضل هو "يسوع كرة القدم" في الجرائد المدريدية والعالمية الذي سيجلب لريال مدريد العديد والعديد من البطولات هذا الموسم , فهو الذي قال بأن الموسم الثالث سيكون موسم الحصاد وبدأ بداية قوية مع كأس السوبر والمستوى المغاير لريال مدريد في هذه البطولة وبعدها وقفت ضده ولعبت دور كبير في سقوط الملكي من عرشه في دوري الأبطال , وفي الطرف الآخر هناك من تنبأ لمانشستر يونايتد بحصد كافة الألقاب لوجود الصفقة المثالية للفريق ألا وهي الأسطورة الحية العظيمة "روبن فان بيرسي" والموهبة الممتازة التي كانت تقارن بصفقة

هازارد"كاجاوا" , بأنها افضل لأنها أرخص والمعدل التهديفي وصناعة الأهداف له كانت أفضل من هازارد الذي كانوا يتوقعون صحافة مانشستر وجماهيره بأنه سيأتي إليهم ولكن بعد أن وقع لتشيسي أصبح فقاعة وفاشل كرويا وأصبحوا يسخرون منه في كل شيء , ودعونا لا ننسى تصاريح السير الغريبة المشابهة لتصاريح مورينهو والضغط على الإعلام والحكام وبعد اعترافه بأنه كان يضغط على بعض الحكام ليتعاطفوا معه لم نسمع بجريدة أو مصدر إعلامي يقوم بسب السير لماذا ؟ لا أحد يناقشه لأنه الكبير وهو المثقف والعالم في كل شي بالكرة فلمن يتابع تصاريح الإعلام السابقة سيجد بأنه في عام 2000 تقريباً قاموا بوصف السير بالعجوز الخرف إلى عام 2004 ولكن لا أحد يتذكر ذلك. على العموم شكراً على كل ما قدمته للكرة يا فيرجي , ولا ننسى بعض "المطبلين" لبرشلونة بأنه الفريق الأفضل والأمتع ولا يهتم لخروج جوارديولا وأنه قام كأي شخص لا يفقه بالكرة بتدريب برشلونة سينجح وسيحصد وسيتفوق في كل البطولات . هذه كانت أصوات الصحافة وأصوات الجماهير في الموسم الماضي

فالصحافة في العالم الرياضي حاليا تقود الرياضة إلى الهلاك , فإذا وجد مدرب ممتاز قام بإجلاس لاعب مميز على الدكة لأسباب معينة انقلبوا عليه , فهناك صحافة تغضب لاجلاس لاعب أسطوري في النادي كالصحافة المدريدية (كاسياس) والروماوية (توتي) حتى لو نزل مستوى أساطيرهم فهي لا تسمح لأي شكل كان من إجلاسهم على الدكة , وصحافة لا ترضى بجلوس لاعبين من نفس وطنها حتى لو كانت لا تستطيع إتمام مهامهما ويعتبرون من أسوأ اللاعبين بالفريق كالأسبان وخصوصا الكتلان والباسكيين , فالصحافة حاليا أصبحت هدامة أكثر من أنها بناءة فتقوم بتسريب أخبار من النادي للصحافة حتى يصبح لها مصداقية عن طريق وجود مصادر داخل النادي حتى لو قامت بإيذاء الفريق التي تشجعه تلك الصحافة , أخبار مكررة حتى ولو قام اللاعب أو الإدارة بنفي تلك الأخبار , ماذا نستفيد من ذلك ؟ أكل ما يفعلوه من أجل فريقهم أم المصداقية أم فقط يقومون ببيع بعض الكلمات على الورق حتى يقومون الناس بقراءة هذه الكلمات الوقحة ؟ ,وغير ذلك لا ننسى الصحافة التي كانت تقول بأن أفضل دوري بالعالم هو الدوري الأسباني لوجود برشلونة ومدريد فيه ولا يوجد فريق سيقف في وجه هذين العظيمين وبالأخير أنهم برشلونة 7\0 في مجموع اللقاءين من البايرن و ريال مدريد من بورسيا 4\3 , والطرف الأخر يقول بأن أفضل دوري بالعالم هو الدوري الإنجليزي فهو الأمتع والأفضل ويوجد فيه أفضل الفرق في العالم ولو وجد برشلونة أو ريال مدريد في هذا الدوري لأصبحوا في المركزين الثالث أو الرابع وبالأخير خرجت كل الأندية الإنجليزية من دور ال16.

مهاترات وأصوات وأخبار ومطالبات عديدة لم نفهم ماذا كانوا يريدون منها ولم يركزوا بأن الفريقين الألمانيين بايرن ميونخ وبورسيا دورتموند الفريق الإيطالي يوفينتوس هم أفضل من يقدم كرة قدم صحيحة ومثالية , فرأينا تفاني هذه الإدارات في العمل وقدرة الأجهزة الفنية على تطوير الاعبين وتقديم أفضل الوسائل التكتيكية والفنية التي تضيف للفريق القوة حتى ولو بأثمان بخسة. فشاهدنا حصول البايرن على المركز الثاني في الدوري والثاني في الكأس والثاني في دوري الأبطال , فعند السماع بهذا الموسم المخزي حتى وأنت لم تتابع كرتهم التي كانت ممتازة في ذلك الوقت وتتمعن في الفكرة وتفكر ولو قليلاً بأن في الموسم الذي كان يسبقه كانوا في فوضى وبهذا الموسم أصبحوا في المركز الثاني في جميع المسابقات ستفهم بأنهم سيصبحوا من أقوى الفرق بالعالم فكانوا يحتاجون دكة ممتازة مع وجود قلب دفاع مميز يساعدهم على النهوض , أما مع بورسيا ففي الموسم الذي حصد فيه البايرن المركزين الثانيين في الدوري والكأس كان بورسيا المركز الأول فوقهم وأخضع زعيم ألمانيا , وعندما تفكر في هذا الموضوع ستعرف بأن النادي في تطور مذهل مع بعض الأنتدابات , أما مع اليوفينتوس الايطالي ففي موسم واحد بعد أن كان يحتل المركز التاسع أصبح المتصدر بفضل كونتي , فلماذا لم نسمع تلك الصرخات والجرائد المهللة لهذين الفريقين بأنهم سيصلون لمراكز ابعد من ذلك, أو أنهم سينافسون أو بالمعنى الأصح " سيكتسحون جميع البطولات " كالإعلامالمدريديوالكاتالونيوالمانشيستراوي ؟ ببساطة هي الصحافة , تضحك على عقول الناس والمتابعين للكرة المستديرة , تضيف أخبار غريبة كانتقالات وغيرها لزيادة عدد متابعيها ,

لأعرفكم على بعض المصادر الإخبارية فإذا رأينا أخبار مدريد إلى أقسام : حزب مع رئيس النادي بيريز وهم الأس وهي عادة تنقل الأخبار الصحيحة للفريق , وحزب ضده وهي الماركا تنقل أخبار خاطئة وتسرب الأخبار من كابتن الفريق ألا وهو كاسياس , وقسم محايد وهم الكونفيدينشال ولا سيكستا وكادينا سير وهي الأفضل في أسبانيا , بخوص الماركا فهي فعلا تقف في وجه بيريز وتسرب أخبار وإشاعات عديدة لكنها واحدة من أفضل المصادر الإخبارية في أسبانيا وممكن الأفضل في نقل أخبار الأندية الأخرى . أما في برشلونة فهناك السبورت والموندوديبرتيفو وهي تقوم بنقل أي خبر يفيد برشلونة مثلا لاعب برشلونة صبوا جل اهتمامهم عليه وهو مثلا لنقول تياقو سيلفا حاليا سيدخلون في هذه الأشياء : بأنه 1) يريد المغادرة 2) اللاعب اتفق مع برشلونة 3) وقع مع برشلونة . ولكنه لم يتفق مع أي أحد وبعدها ممكن بأن يفكر في موضوع انتقاله لبرشلونة وان فكر اكثر ووجد بأنه يريد الذهاب لبرشلونة بذلك يقل سعر اللاعب من 20 مليون مثلا إلى 15 أو 12 لرغبته بالخروج . وغيرها من الإشاعات على الأندية المنافسة

والكركتيرات الساخرة حتى لو قامت برشلونة باللعب مع ليفانتي فهي ستقوم بالسخرية منها بكاريتير في أقل شيء , أما في بريطانيا فلا توجد جريدة تنقل أخبار صحيحة ومضمونة صحتها تقريبا 90% من إخبارها إشاعات , أما في الدوري الايطالي فال Sky Sport هي افضل مصدر اخباري نجده بالعالم . فقبل مدة قاموا بطرد مخرج مباراة روما وفيورينتينا لتحيزه بعد أن سب الميلان في شريط أخباري والبقية تقريبا إشاعات لكن الجميل فيها بأنها تقوم بتحليلات ممتازة في كل شيء من صفقات وتكتيكات وتحليل الوضع الاقتصادي للأندية . في ألمانيا ستجد ال"بيلد" وهي لا تقل عن السكاي في شيء فجميع حصرياتها نكتشف بأن بعد مدة زمنية معينة أنها صحيحة فهي أول من أعلن عن اهتمام البايرن بجوتزة وخروج مورينهو من مدريد . أما الآن مع مصدر الإشاعات في العالم اجمع وهي صحيفة الترييالفوتبول فهي جريدة الكترونية الهدف منها نشر الإشاعات في الطرف الرياضي ولا أعلم لماذا.

فالإعلام مطالب بأن يرفع من سقف مصداقيته حاليا فلأنها تنشر للعالم أجمع فيجب عليها الاهتمام بتغطيتها وإحداثها وأخبارها أكثر والتركيز على رفع مستوى الرياضة , فهي حاليا مؤثرة وبشكل كبير على الشارع الرياضي وآراء متتبعين الكرة المستديرة !

الإعلام الرياضي خارج السيطرة!

لقد كان التوجيه الإلهي للإنسان بأن يستغل قدراته العقلية في التفكير في خلق السموات والأرض، وكل ما يدور داخل هذا المحيط الكبير من متغيرات كونية يصعب فهمها، وهذه الرسالة السماوية تهدينا إلى أن الإنسان مطالب باكتشاف هذا العالم الخفي بكل ما تحتويه الأرض من ثروات طبيعية لتسهل عليه نمط العيش في هذا الكوكب الصغير، ولأن الإنسان جبل فطرياً على أن يسعى في تطوير فكره وذاته ومجتمعه من خلال التكيف مع البيئة التي يعيش فيها، فقد أصبح هذا المخلوق الصغير يتحكم في مخلوقات أكبر منه ويتصدى لكوارث أقوى منه، وذلك بفضل نعمة العقل التي منحت له دون غيره، وبما أننا نتحدث عن كرة قدم وهمومها فمن الطبيعي أن نتوقع نتائج المستقبل قبل مجيئها، وذلك باعتمادنا على الواقع الإيجابي أو السلبي الذي نعيشه حتى أصبحنا نتنبأ بكل ما يدور حولنا من مباريات وانتخابات وقرارات وفق رؤية استمدت منا الخبرات السابقة والتجارب الحالية، وهذه الملكة العظيمة تختلف من شخص إلى آخر، فهناك من يستطيع أن يقرأ ويستنتج الأشياء قبل حدوثها ويحلل بفكر رائع ومتميز فيكون من مجموعة العرافين بكرة القدم ودهاليزها ولديهم القدرة على عمل دراسات مستقبلية بمخرجاتها، على الرغم من أنهم يحسنون التوقع ويلفتون الانتباه بفكرهم الراقي

وقراءتهم المتميزة إلا أنهم قلة، أما السواد الأعظم فهم من أصحاب الوصف والتقليد الذين لا يضيفون للمشاهد أي معلومة أو فائدة تذكر ولا يمتلكون المتعة والتشويق، وهؤلاء هم الأكثر ظهورا في الوسط الإعلامي الرياضي.

لقد تشبع المشاهد والمتابع من هفوات معظم ضيوف البرامج الرياضية وأصبح يبحث عن إعلام غير ممل، لكي يتجنب هذه الأسماء التي ليس لها علاقة بمجالنا الرياضي وحديث عهد فيه، فتجد أن معظم أحاديثهم مبنية على التعصب للفريق المنتمي إليه وبشكل غير منطقي وبعيداً عن الواقع في مجمل القضايا التي تخص ناديه المفضل، فتحولت البرامج الحوارية والتحليلية إلى برامج فكاهية ساخرة تشوه حضارية الرياضة ورقيها، فبدلا من التوجيه نشاهد النقد اللاذع الذي يصادر مجهود المسؤول في الاتحاد أو أحد رؤساء الأندية أو المدرب دون فهم للعمل داخل المؤسسات الرياضية مع جهل تام باللوائح والأنظمة، فمن يعلق الجرس ويغير سياسات الإعلام المعتمد على الإثارة والنقد الجارح والشخصنة غير المبررة.

نحن أمام منافسات شرسة بين إعلام حكومي وإعلام تجاري إعلام موجه وإعلام خارج نطاق السيطرة، من يحاسب العابثين ويغرم المتجاوزين على حقوق الآخرين؟ أين المحاكم المختصة بالإعلام والإعلاميين؟ كيف يسترد المجني عليه حقه من الجاني مهما كانت شخصيته أو صفته الاعتبارية أو منصبه الرياضي؟ نحن أمام قضية رأي عام تحتاج إلى سقف من الحرية يمنع تلك التجاوزات التي خرجت عن نطاق العرف والدين.

أيام قليلة وينتهي الموسم الرياضي فتبدأ وسائل الإعلام بتشخيص الموسم السابق وإظهار سلبياته والإحصائيات التي رصدتها المواقع طول الموسم الرياضي، ثم تتحول موجة المتابعة إلى الموسم الجديد بمعسكراته وتوقيعاته واللاعبين المحليين وإبرام صفقات الأجانب والتعاقدات مع الأطقم الفنية الجيدة، فتبدأ مرحلة الصرف وضخ الأموال من جديد لتحسين صورة الفريق بالموسم الذي يليه بتمويل من الشركات الراعية وإسهامات أعضاء الشرف أو بيع عقد أحد اللاعبين وسط تفاؤل كبير من قبل محبي النادي والمنتمين إليه.

الإعلام الرياضي... والدور المفقود!

لا شك أن الإعلام الرياضي يلعب دورًا حيويًا في تقدم الشعوب أو انحطاطها، ويُقاس مدى تحضر الدول رياضيًا بمدى ما تقدمه من إعلام رياضي راق ومتحضر في مختلف وسائله المتعددة. فأصل كلمة إعلام تعني الإخبار وتقديم معلومات في المقام الأول. وهنا نحن بصدد تعريف مصطلح "الإعلام الرياضي"

الذي يعني "تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية الدقيقة والصادقة للناس بكل موضوعية وحيادية، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية."

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا هل الإعلام الرياضي في مصر يقوم بهذا الدور على أكمل وجه؟ أشك في ذلك فالإعلام في بلدي أصبح مهنة من لا مهنة له وأصبح "سبوبة أو أكل عيش" للكثير من المتطفلين الذين لا يمتون له بصلة من قريب أو بعيد لمجرد أن أحدهم مثلاً كان لاعب كرة سابقا!! ومنهم من لم يحصل على شهادة جامعية في تخصص الإعلام ولا يتقن الإنجليزية أو حتى العربية ولا يقرأ ولا يطّلع ولا يعلم نفسه ولا يعرف أهمية مهنته.

فمثلاً، هل يمكن لك أن تجري عملية جراحية بدون طبيب؟ وإن فعلت ذلك، فأنت هالك لا محالة. وفي الإعلام الرياضي الآن، تتشابك لغة المصالح، و"البيزنس" مما جعل كل من هب ودب يعمل في هذه المهنة حتى أصبحنا نرى أنصاف الحكام واللاعبين يقومون بتحليل المباريات بكل سذاجة مما يزيد من درجة التعصب لمرحلة لم يسبق لها مثيل، ولكن كل شيء في بلدي جائز!

وللخروج من هذه الأزمة، أقترح وضع ميثاق شرف رياضى لكل العاملين فى هذا المجال مع وضع ضوابط تقنن الالتحاق به، حتى لا يقتحمه من لا ناقة له ولا جمل، وحتى لا نصل لمثل هذه الدرجة من الاحتقان والتعصب الرياضي الأعمى، بالإضافة إلى إنشاء نقابة تدافع عن حقوقهم.

فهؤلاء ممن نطلق عليهم "الإعلاميين" يستخدمون الوسيلة الإعلامية المخصصة لهم فى تصفية الحسابات الشخصية مع أعدائهم أو ابتزازهم أو تحقيق مكاسب شخصية لهم أو زرع بذور الفتنة والتعصب بين الجماهير وقد يكونون مدفوعين في ذلك للتغطية على سلبيات عديدة في المجتمع كالفقر والبطالة والفساد.

وهذا يذكرنا بأحداث مباراة مصر والجزائر فى التصفيات المؤهلة لكأس العالم 2010 بجنوب أفريقيا والصراع الإعلامى المتطرف بين البلدين الشقيقين للدرجة التى وصلت إلى حد استدعاء السفراء للتشاور!! فبدلاً من التشاور حول عزم إسرائيل هدم المسجد الأقصى، نتشاور حول مباراة كرة!! وكأن هزيمة مباراة تعني خسارة وطن.

كل هذا من وجهة نظري البسيطة من أجل غض الطرف عن كثير من القضايا المعقدة التى لم تحلها الدولتان كالأزمات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية. وبذلك أصبح الإعلام الرياضى فى كلا البلدين يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة فينحط مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل الفرقة لخدمة أعداء الأمة.

وفى النهاية نتمنى أن يحذو الإعلام الرياضى فى مصر حذو الدول المتقدمة فى هذا المجال من تقديم المرآة الصادقة عن المجتمع فى المجال الرياضى بكل موضوعية وحيادية حتى يتم علاج السلبيات وتقوية الإيجابيات، لنجد فى النهاية إعلامًا مستنيرًا يضعنا على أول طريق النهضة الرياضية الشاملة ونصل لكأس العالم! قولوا آمين!!...

الإعلام الرياضي بين التصنيف والتسويف: السياغي: الإعلام الرياضي جزء من منظومة الوزارة ولا فائدة من النقابة

تعريف الإعلام الرياضي

يقصد بالإعلام الرياضي عملية نشر الأخبار و المعلومات و الحقائق الرياضية وشرح القواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين الأفراد وتنمية الوهي الرياضي بينهم.

عناصر الإعلام الرياضي-:

تنحصر عناصر الإعلام الرياضي من-:

المرسل : وهو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها الرسالة.

المستقبل: من توجه لهم الرسالة الرياضية.

الوسيلة: الأداة المستخدمة لتوصيل الرسالة، سواء الإذاعة(راديو_ تلفزيون) أم الصحيفة ....وهكذا.

الرسالة : ماتحمله وسيلة الإعلام لتبليغه إلى المستقبل. ومدى نجاح الرسالة يتوقف على دقة المضمون زما يحويه من حقائق ودرجة مسايرته لروح العصر و الشكل الفني الملائم و الجمهور المستهدف من حيث حاجاتهم وأعمارهم.

أهمية الإعلام الرياضي

يعتبر الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية. والإعلام الرياضي يقرب الفروق بين الأفراد عن طريق نشر الخبرات وتعديل السلوك بين الصغار و الكبار بما يتلائم والعادات والتقاليد الرياضية السليمة.

وللإعلام الرياضي دور هام ضهر بجلاء بعد إنتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين، ولذلك أخذت الحكومات علىاختلاف سياستها الفكرية تخصص القنوات الإذاعية و الصحف لرفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي بين الأفراد و تعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة . كما يستخدم الإعلام الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارت الشعوب لما يعكسه من مقياس للرقي.

وفي ظل التقدم العلمي والتكنلوجي السريع في المجال الرياضي يبرز أهمية الإعلام الرياضي في تعريف أفراد المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع ، وبالتالي صعوبة الإتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار.

أهداف الإعلام الرياضي:

- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد و القوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
- تثبيت القيم و المبادئ و الإتجاهات الرياضية و المحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم و المبادئ لأن التوافق سمة من سمات المجتمع.
- الترويح عن الجمهور وتسليتهم للتخفيف من الصعوبات الحياة اليومية.
- نشر الأخبار و المعلومات والحقائق المتعل قة بالقضاية و المشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لإتاحة الفرصة للرأي العام لإنخاذ ما يراه من قرارات تجاه القضايا في المجال الرياضي.

خصائص الإعلام الرياضي:

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ومن أبرزها:

الإختيار:-

فالإعلام الرياضي يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليه فهذا برنامج عبر محطة الراديو موجه إلى جمهور فريق كرة القدم ، وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة ، وهذا برنامج تلفزيوني موجه لجمهور كرة اليد، وهكذا..........

الجماهيرية:

فالإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطية و مخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهير.

الاهتمام بكل قطاعات المجتمع:

فالإعلام الرياضي يهتم بكل قطاعات حتى الصغيرة العدد كالبرامج الرياضية للمعوقين ....وهكذا.

الإعلام الرياضي مرآة للفلسفة وصورة المجتمع:

فالإعلام الرياضي يستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها لسبب تفاعل القائم بينه وبين المجتمع ، فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل إعلاميه رياضية مع القيم والعادات و التقاليد السائدة في هذا المجتمع .

أهمية الإعلام الرياضي ودوره في نشر الثقافة الرياضية

يعتبر الإعلام الرياضي بمثابة المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية.

والإعلام الرياضي يقرب الفروق بين الأفراد عن طريق نشر الخبرات وتعديل السلوك بين الصغار والكبار بما يتلاءم والعادات والتقاليد الرياضية السليمة....
ونشر الثقافة الرياضية.

وللإعلام الرياضي دور هام ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين،ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص

القنوات الإذاعية والصحفلرفع مستوى الثقافة الرياضـــية وزيادة الوعي الرياضي بين الأفرادو تعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة و الخاصة.

كما يستخدم الإعلام الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارة الشعوبلما يعكسه من مقياس للرقي.

وفي ظل التقدم العلمي و التكنولوجي السريـــع في المجال الرياضيبرز أهمية الإعلام الرياضي في تعريف أفراد المجتمعبما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع ،وبالتالي صــــعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار...

للإعلام الرياضي الكثير من الخصائص ومن أبرزها:

الاختيار:فالإعلام الرياضي يختار الجمهور الذي يرغب في الوصول إليهفهذا برنامج عبر محطة الراديو موجه إلى جمهور فريق كرة القدم،وهذه مجلة رياضية خاصة بكرة السلة ، وهذا برنامج تلفزيوني موجه لجمهور كرة اليد، وهكذا..

الجماهير :فالإعلام الرياضي يتميز بأنه جماهيري له القدرة على تغطيةو مخاطبة قطاعات كثيرة من الجماهيرالاهتمام بكل قطاعات المجتمع : فالإعلام الرياضي يهتم بكل القطاعات...

حتى الصغيرة العدد... كالبرامج الرياضية للمعوقين....وهكذا .الإعلام الرياضي مرآة للفلسفة وصورة المجتمع : فالإعلام الرياضييستجيب إلى البيئة التي يعمل فيها لسبب تفاعل القائم بينه وبين المجتمع ،فهو لا يتعارض من خلال ما يقدمه من رسائل إعلاميه رياضيةمع القيم والعادات و التقاليد السائدة في هذا المجتمع.

الإعلام الرياضي.. «عازف» على الوتر الحساس وأداة لتصفية الحسابات الشخصية

فقدت إدارات الأندية قدرتها الكاملة على التعاطي مع ما يثار حولها في الإعلام

سقف مرتفع من الحرية، وتزايد ملحوظ في أعداد المهتمين بالوسط الرياضي، وسهولة كبيرة في الوصول إلى صناع القرار أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي، وغيرها من الأسباب أعطت قوة للإعلام الرياضي السعودي كي تخلق منه «جهازا» يملك القدرة على تغيير قرارات قديمة واستحداث الجديد منها داخل أروقة إدارات الأندية الرياضية السعودية مهما بلغت من المجد.

الأمير نواف بن فيصل بن فهد الرئيس العام لرعاية الشباب، انتقد الإعلام الرياضي السعودي على خلفية ما يشهده من جوانب قصور وتقصير تظهر بين فترة وأخرى، غير أنه أبدى «تفاؤلا» من قدرة وسائل الإعلام الرياضية على تجاوزها وتلافيها خلال الفترة المقبلة.

وقال الأمير نواف بن فيصل بن فهد في حديث لـ«الشرق الأوسط»: «شهد الإعلام الرياضي السعودي في السنوات الـ 10 الأخيرة تطورا ملحوظا من عدة جوانب، وذلك نتيجة العصر ومتطلباته، ولا سيما أن وزارة الثقافة والإعلام تسعى في هذا الاتجاه من أجل تقديم الرسالة الإعلامية الرياضية».

استخدام الإعلام الرياضي كأداة لتصفية حسابات شخصية بين الأندية السعودية على مستوى الإدارات وحتى الجمهور، بات واضحا جدا لمتابعي الوسط الرياضي، وهو ما علّق عليه الرئيس العام لرعاية الشباب قائلا: «نتمنى من وسائل الإعلام الابتعاد عنها، خاصة أن العاملين في الأندية الرياضية متطوعون بجهدهم ويمضون كثيرا من وقتهم لإنجاح نشاطات وبرامج أنديتهم وفق الإمكانيات المتاحة».

ودعا الأمير نواف إلى زيادة اهتمام القائمين على وسائل الإعلام السعودية باختيار كوادرهم وتطوير أدواتهم من وقت لآخر، فضلا عن أهمية تعريفهم بلوائح وأنظمة النشاطات الرياضية والضوابط المختلفة، وذلك بهدف إعطاء الإعلامي الرياضي سعة أفق أكبر وقدرة على تحليل الأحداث بموضوعية، والابتعاد عن ما يسيء للآخرين وللنشاط الرياضي بشكل عام.

وحول دور الإعلام الرياضي في زيادة نعرة التعصب بين جماهير الأندية المختلفة، أبان الرئيس العام لرعاية الشباب بأنه لا يمكن أخذ ركن واحد والتركيز على أخطائه بعيدا عن بقية الأركان والأسس الأخرى التي تشكل منظومة العمل الرياضي المكوّنة من مجاميع كثيرة يعد الإعلام واحدا منها.

وزاد «كل ركن مسؤول عن تقصيره ومطالب بإيجاد حلول ومعالجات لها بدلا من إلقاء تبعات أي أمر على الآخرين، حيث إن الإعلام الرياضي يعد شريكا مع بقية قطاعات الوسط الرياضي، والتي بتكاملها تنتج عملا طيبا ومثمرا».

وذكر أن التعصب موجود على مستوى كافة دول العالم ولا يمكن توقع نهايته في الأوساط الرياضية، غير أن المأمول تقليص الجانب المؤذي فيه وما يسيء للآخرين أو يصادر مكاسب رياضة الوطن والمتميزين فيها لمجرد الانتماء، وهو ما ينبغي رفضه تماما.

وفي خضم الإثارة التي تعج بها وسائل الإعلام الرياضية، فقدت إدارات الأندية قدرتها الكاملة على التعاطي مع ما يثار حولها في الإعلام، الأمر الذي أضحى مؤثرا بشكل كبير في ما تصدره من قرارات، بينما أشار الأمير نواف بن فيصل إلى أن رؤساء الأندية ما زالوا قادرين على تأدية مهامهم بالشكل المطلوب.

ولكنه استدرك قائلا: «مسألة التأثر بما يتم نشره أو بثه عبر وسائل الإعلام أمر طبيعي، حيث إن كل من يعمل سواء في الوسط الرياضي أو غيره يؤثر ويتأثر بما يحدث حوله ويتفاعل معه، إلا أنه من المفترض التفاعل بشكل إيجابي مع محاولة التواصل بالطريقة المحببة للنفس، والتي تخلق لغة تفاهم مشترك هدفها الارتقاء بالنشاط الرياضي».

في حين يرى مشعل القحطاني المقدّم في قناة دبي الرياضية، أن الإعلام الرياضي بشكل عام تحول إلى ما يسمى بـ«ما يطلبه الجمهور»، في ظل اعتماد وسائل الإعلام الرياضية على مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعة آراء الجماهير من خلالها.

ويقول مشعل القحطاني في حديث لـ«الشرق الأوسط»: «إن تأثير الإعلام الرياضي أكبر ما يكون على الجماهير الذين باتوا يتملكون أصوات أكثر من السابق من شأنها أن تحرك إدارات الأندية وتؤثر في قراراتها».

واستشهد القحطاني على ذلك بقرار إقالة مدرب نادي النصر السعودي السابق الذي تم إصداره بناء على حدة النقد التي كانت موجودة حينها في وسائل الإعلام الرياضية رغم تأكيدات رئيس النادي على استمرار المدرب لمواسم أخرى.

ولفت إلى أن الإعلام الرياضي في السابق كان يعمل على إظهار الإيجابيات والسلبيات، غير أنه أصبح حاليا مجرد ناقل لصوت الجماهير، مستدركا: «ينبغي على وسائل الإعلام القيام بذلك، ولكن ليس إلى درجة أن تتجرد إدارات الأندية من قدرتها على اتخاذ أية قرارات نتيجة تأثرها بما يحدث في كواليس الصحافة أو البرامج التلفزيونية من خلال ما يطرحه الجمهور».

وشدد القحطاني على ضرورة «وضع إدارات الأندية استراتيجيات تبني عليها أعمالها وفق خطط قريبة وبعيدة المدى، شريطة الابتعاد عن التأثر بالإعلام الرياضي على هذا النحو وإصدار قرارات متعلقة بما يتم نشره عبر وسائل الإعلام الرياضية».

وأفاد المقدم في قناة دبي الرياضية، بأن الاستماع إلى حديث الجماهير ليس عيبا، إلا أن الخطأ يكمن في تحويله إلى محرك أساسي، ولا سيما أن الجمهور

متعدد الشرائح من ناحية الفئات العمرية أو حتى الثقافات، واصفا الإثارة الحالية التي تشهدها وسائل الإعلام الرياضية بـ«غير المنطقية».

وأضاف: «ينبغي إشراك الجماهير في القضايا الرياضية من خلال إبداء آرائهم واتخاذ القرارات بنسبة لا تتجاوز الـ30 في المائة، خاصة أنهم عاطفيون في أغلب حالاتهم، مما يحتم على الإعلام الرياضي ضرورة إمساك العصا من المنتصف وعدم الانجراف وراء الأحاديث العاطفية في الوسط الرياضي».

وكما للإعلام الرياضي تأثير واضح في رؤساء الأندية، أصبح أيضا ذراعا محركة للاعبين داخل المستطيل الأخضر إيجابية كانت أو سلبية، حيث أن كثيرا منهم قد يبدعون أو يخفقون في أدائهم أثناء مسيرتهم الكروية على خلفية ما يدور حولهم من أحاديث وجدل عبر وسائل الإعلام الرياضية المختلفة.

وبالعودة إلى الأمير نواف بن فيصل بن فهد، علق بالقول: «ميزة لاعبي العصر الحالي تواصلهم بشكل أفضل وأسرع مع الجمهور مقارنة بما كان عليه اللاعبون قبل عقدين من الزمن، وهو ما جعل من الإعلام عاملا أساسيا في حياة الرياضيين دون استثناء».

واستطرد الرئيس العام لرعاية الشباب في القول «يجب على اللاعبين أيضا التفاعل مع الإعلام بما يزيد من تطوير مهاراتهم وقدراتهم، والابتعاد عن التصريحات المثيرة التي قد تصدر من الآخرين على حساب الروح الرياضية واحترام الكيانات والرموز الرياضية».

من جهته، أكد رجاء الله السلمي المحاضر في جامعة الملك عبد العزيز بجدة ومذيع القنوات الرياضية السعودية، أن الإعلام الرياضي لديه القدرة في التأثير على الأندية واللجان وحتى فيما يتعلق بالمنتخب السعودي، لافتا إلى وجود قرارات تصدر بعد الضغط الإعلامي في أعقاب انتقادات كثيرة لإحداث التغيير.

وقال رجاء الله السلمي لـ«الشرق الأوسط»: «بات من الممكن للمشجع تقديم رأيه لوسائل الإعلام الرياضية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، فضلا عن ارتفاع سقف الطرح في الوسط الرياضي كونه يتمتع بشفافية أكبر وقدرة على مواجهة الأخطاء، وهو ما منح الإعلام الرياضي هذه القوة في التأثير».

وبين السلمي أن قوة الإعلام الرياضي تصنع الأفضل دون إغفال ضرورة الابتعاد عن اعتبار وسائل الإعلام الرياضية شريكا في صنع القرار، وإنما يمكن تصنيفها كأداة مراقبة قوية، ولا سيما أنها تنبه للأخطاء وتدعو إلى تصحيحها.

ولكنه استدرك في القول: «قد يتم التوجه من خلال الإعلام الرياضي إلى صنع المزيد من الإثارة المؤدية للاحتقان، الأمر الذي من شأنه أن يوتر الرياضة ويخرجها من دائرة التنافس العادية إلى مصدر لمعاناة الأندية وإثارة الجمهور والتعصب الرياضي»، موضحا أن وسائل الإعلام الرياضية بإمكانها تقديم الإصلاح وصنعه بشكل جيد، فضلا عن دفعها لاتخاذ القرار الصحيح.

وطالب رجاء الله السلمي بضرورة توفر المصداقية في الطرح من قبل وسائل الإعلام الرياضية والابتعاد عن الميول وألوان الأندية، إلى جانب تقديم رؤى واضحة وعدم الاكتفاء بالتشخيص فقط، وإنما من الضروري أيضا تقديم العلاج.

التركيز على أهمية دعم المكانة الإعلامية الرياضية

بنجاح كبير وبأمل التواصل من جديد وسعيا وراء دعم وتعزيز مكانة الإعلامية الرياضية في الوطن العربي من خلال المزيد من الملتقيات وفرص اللقاء والبحث عن كل جديد.. اختتمت في تونس فعاليات الملتقى الثامن للإعلاميات الرياضيات العربيات الذي نظمه الاتحاد العربي للصحافة الرياضية بالتعاون مع اللجنة الوطنية الاولمبية التونسية بمشاركة 13 دولة مثلتها نحو 50 إعلامية بحضور النائب الأول لرئيس اللجنة الاولمبية التونسية فتحي حشيشة ورئيس الاتحاد الدولي للصحافة الرياضية جيانيميرلو ورئيس الاتحاد العربي للصحافة الرياضية محمد جميل عبد القادر.

وخرجت المشاركات في نهاية الملتقى بتوصيات عديدة ارتكزت على أهمية تقدير دور المرأة العاملة في الإعلام الرياضي وتسهيل مهمتها ومساعدتها على القيام بدورها الطليعي بعبدا عن المعوقات التي تواجهها في العادة كونها فتاة فحسب الى جانب أهمية وضع الحوافز أمامها لتشجيع الجيل الجديد من العاملات في هذا الحقل مستقبلا وعبرت المشاركات عن تقديرهن للدور الذي يقوم به الاتحاد العربي للصحافة الرياضية و الاتحادات والجمعيات الصحافية الرياضية في الوطن العربي في دعم العنصر النسوي ومساواته بالحقوق التي يتمتع بها الرجل في هذا المجال.

وفي ختام أعمال الملتقى قام النائب الأول لرئيس اللجنة الاولمبية التونسية والزميل عبد القادر وعدد من الشخصيات الرياضية بتسليم الدروع التقديرية والشهادات على المشاركات.

ظروف صعبة ..ومستقبل مشرق

وكانت جلسات ومحاضرات الملتقى قد اشتملت على العديد من المحاور المهمة والعناوين اللافتة التي ركز أصحابها وهم من أصحاب الخبرة والباع الطويل في الإعلام على أهمية الدور الذي تلعبه الفتاة العربية في دعم الرياضة من خلال عملها رغم الظروف الصعبة التي تمر بها والمعوقات التي تواجهها الا ان المستقبل المشرق ينتظرها .

وتناول جيانيميرلو في محاضرته التحديات التي تواجهها الفتاة العربية والتي استطاعت التغلب عليها في مواقف عديدة وأعرب عن اعجابه بالاهتمام الذي لمسه في العديد من الدول العربية والتقدير لدور الإعلامية التي لا تقل جهودها عن جهود الرجل ان لم يزد في هذا الجانب.

واستعرض ميرلو جهود التحاد الدولي للصحافة الرياضية في تقدم المهنة وتطورها عبر الاهتمام كذلك بإطلاق الموقع العربي الذي يتحدث عن مسيرة وبرامج الاتحاد.

بدورها اكدت استاذة معهد الصحافة وعلوم الأخبار في تونس عايدة عرب على أهمية تغيير النظرة السائدة عن الفتاة العربية باعتبارها وكأنها العنصر الضعيف مقارنة بالرجل رغم النجاح الكبير الذي حققته في مختلف الميادين ومنها الصحافة الرياضية.

وطالب الزميل محمد اللحام نائب رئيس رابطة الإعلام الرياضي في فلسطين خلال محاضرته حول دور الفتاة العربية في الجانب الإعلامي العاملات في هذا المجال الكفاح من اجل اخذ حقوقهن وبذل المزيد من الجهود والتحلي بالصبر والحماس من اجل مواصلة المشوار بنجاح.

واشار الزميل بدر الدين الادريسي نائب رئيس الاتحاد العربي للصحافة الرياضية الى ان المرأة العربية رغم تاخرها في اقتحام عالم الصحافة الرياضية بعد ان تغلبت على ظروفها ونظرة المجتمع لها الا انها استطاعت ان تحقق الكثير من خطوات النجاح والتفوق والابداع.

وقدم الزميل رضوان الزياتي رئيس رابطة النقاد الرياضيين المصريين في محاضرته نماذج تؤكد على تفوق المرأة العربية حيث اشار الى نجاح الزميلات ليلي سماتي ومها بدر وهبة الصباغ وميرفت حسين وزهرة المغربي في تقديم الوجه المشرق للإعلامية الرياضية المتفوقة من خلال النجاح الذي حققوه في عملهن.وكان المعلق الرياضي المعروف عصام الشوالي الذي حضر كضيف شرف على الملتقى قد اقترح بان يتم اتاحة الفرصة امام الفتاة لدخول ميدان التعليق

الرياضي الى جانب اهمية الحوار والاطلاع على تجارب الغير بحيث تتقمص دور البطل وان لا تكون مهمشة ابدا.

افاد بذلك الزميل عوني فريج الأمين العام المساعد للاتحاد العربي للصحافة الرياضية.

دور الإعلام الرياضي في تمتين العلاقات بين الشعوب العربية

يشكل "دور الإعلام الرياضي في تمتين العلاقات بين الشعوب العربية" محور أشغال ملتقى للحوار الرياضي العربي، انطلق أمس الجمعة بمدينة الحمامات التونسية، وينظم على مدى يومين بمبادرة من نقابة الصحفيين التونسيين والاتحاد العربي للصحافة الرياضية في إطار الاحتفالات بالسنة الدولية للشباب .ويتضمن برنامج الملتقى، الذي يشارك فيه عدد من الإعلاميين الرياضيين العرب والهياكل الرياضية العربية سلسلة من الجلسات التي سيتم في إطارها تقديم مداخلات تهم "العلاقات الرياضية العربية العربية" و"سبل إيجاد ميثاق شرف للإعلاميين الرياضيين" و"الرياضة والسياسة" فضلا عن عروض حول "الإعلام الرياضي والسلوك الحضاري داخل الفضاءات الرياضية وخارجها" و"التحكيم الرياضي بين التشريع والممارسة" و"حقوق البث التلفزي."

ويشارك في الملتقى من المغرب بدر الدين الإدريسي رئيس الجمعية المغربية للصحافة الرياضية نائب رئيس الاتحاد العربي للصحافة الرياضية الذي شارك أيضا في اجتماع المكتب التنفيذي للاتحاد الذي انعقد على هامش هذه الندوة. وأبرز محمد جميل عبد القادر جميل (الأردن) رئيس الاتحاد العربي للصحافة الرياضية أن هذا الملتقى يعد فرصة لدعم دور الإعلاميين العرب في تعزيز القيم النبيلة للحركة الرياضية خدمة للرياضة العربية ومساهمة في نحت المستقبل العربي المشترك .
أما وزير الاتصال التونسي أسامة الرمضاني، فأكد من جهته، لدى افتتاحه أشغال الملتقى، أهمية العمل على جعل الرياضة مجالا للتلاقي وتبادل الخبرات وتعزيز التعاون الرياضي خدمة للشباب العربي.

ولاحظ أن الارتباط الوثيق للمجتمعات العربية بوسائل الإعلاموالإتصال وتأثرها بما تحمله من مضامين ورسائل وقدرة المادة الرياضية على استقطاب الجمهور العربي الواسع وخاصة من الشريحة الشبابية يؤكد ضرورة العمل على تغذية الأجيال الصاعدة بقيم الإخاء والتحابب والتقارب من أجل بناء المستقبل العربي المشترك على أساس التواصل والتعاون الوثيق.

وأبرز أهمية المسؤولية الملقاة على عاتق الصحفي في تعامله مع المادة الرياضية سواء كان معلقا على المباريات الرياضية أو خبيرا رياضيا أو كاتب عمود صحفي أو صاحب

موقع الكتروني يبث محتوى رياضيا، مضيفا أن هذه المسؤولية تقع أيضا على المصور التلفزيوني من حيث طبيعة الصور التي يركز عليها وعلى المخرج

وما يقدمه من رسائل لملايين المتفرجين في سائر أرجاء البلدان العربية في نفس الوقت.
وشدد الوزير التونسي أيضا على أهمية دور الهياكل الرياضية وأجهزة الإعلام العربية اليوم في العمل المشترك على تكريس المقاصد النبيلة للرياضة وتعزيز مبدأ ترسيخ السلوك الحضاري داخل الفضاءات الرياضية وخارجها خاصة وأن الرياضة تمثل أداة تقارب وتحابب بين الشعوب ووسيلة لتعزيز التنمية والتعاون.
الإعلام الرياضي والتفريق بين الإثارة والتعصب

ملتقى غرفة جدة يوصي بتنقية الإعلام من مصادر الفتنة وإصدار ميثاق شرف

مندورة: الإعلام قادر على المساهمة في إعادة هيبة الكرة السعودية

بن زومة: نأمل الابتعاد عن التجريح والخصوصيات واحترام الذوق العام

أوصى ملتقى الإعلام الرياضي الذي نظمته لجنة الاستثمار الرياضي بالغرفة التجارية الصناعية بجدة ظهر (الاثنين) بدعوة الإعلاميين والرياضيين وقادة الرأي للاتفاق على ميثاق شرف إعلامي يحقق المعايير المهنية وينسجم مع المبادئ العليا التي تدعو لها جمعية الصحافيين السعوديين، وشدد على ضرورة تنقية الإعلام الرياضي من العبارات والجمل التي تساهم في إذكاء روح التعصب وإشعال الفتنة بين أبناء الوطن الواحد، وعدم الخلط بين الإثارة الرياضية المقبلة والإثارة الصفراء الممقوتة.

وحظى المنتدى بمشاركة الدكتور خالد المرزوقي رئيس هيئة أعضاء شرف الاتحاد والنجم السابق محمد السويد ومجموعة من رؤساء تحرير الصحف الرياضية ورؤساء الأقسام الرياضية ومسؤولي التليفزيون السعودي، حيث دعا المشاركون خلال نقاشاتهم التي استمرت على مدار ساعتين في قاعة صالح التركي بالدور الحادي عشر بمقر الغرفة التجارية الصناعية بجدة إلى عدم التركيز على المنظور التجاري في التعاطي مع الأخبار ووضع مصلحة الوطن في مقدمة الأوليات، وطالبوا الاتحاد السعودي لكرة القدم بتفعيل جوائز اللعب النظيف والتركيز على الجوانب الأخلاقية على أن تكون هناك جائزة سنوية للنجوم الذين يمثلون القدوة للشباب في أخلاقهم، مع تبني مشروع (ديوانية الرياضة السعودية) بإقامة ورش عمل إعلامية لتعزيز قدرات الإعلاميين الشباب والاستفادة من الخبرات الوطنية، وتقديم نماذج صالحة كقدوة للشباب عبر وسائل الإعلام الرياضي.. للمساهمة في تعزيز الأخلاق وتفعيل المسؤولية ألاجتماعية ودعوا إلى إقامة ملتقى أو منتدى متخصص لصناعة الإعلام الرياضي الفضائي، نظراً

للأهمية الكبرى التي بات تمثلها برامج (التوكشو) الفضائية في التأثير على الشارع الرياضي.

وشدد أمين عام غرفة جدة عدنان بن حسين مندورة على ضرورة نبذ التعصب الرياضي وإطفاء نار الفتنة.. والاتفاق على معايير مهنية ترفع من مستوى الممارسات الموجودة حالياً، وتساعد رياضتنا على استعادة توهجها.. وقال: (نأمل أن تساعدونا في تحقيق الهدف الذي نسعى إليه في غرفة جدة بشكل عام ولجنة الاستثمار الرياضي على وجه الخصوص في طرح أفكار تهدف إلى زيادة مداخيل الأندية الرياضية والقضاء على المعاناة التي تعيشها الكثير منها.

ولفت إلى أن غرفة جدة التي تضم (70) لجنة قطاعية كانت سباقة لإطلاق أول لجنة للاستثمار الرياضي بالغرف السعودية، كما أطلقت دوري رياضي لموظفيها، وتستعد لإطلاق أكبر دوري للشركات بجدة مثمناً الشراكة القائمة بين الغرفة من جهة والرياضيين والإعلاميين من جهة أخرى، كما تتبنى قضية الاستثمار وتسعى إلى زيادة مداخيل الأندية والمنتخبات عبر عقود الرعاية، والتشجيع على الاستثمار الرياضي لمواجهة النفقات الكبيرة التي تتكبدها الأندية جراء التعاقد مع النجوم والمدربين وتسيير شؤونها.

وعبر مندورة عن أمله في أن يساهم الإعلام الرياضي بما يملك من مسؤوليات في إعادة هيبة كرة القدم السعوديو التي جلست على عرش الكرة الآسيوية وحصلت على اللقب القاري (3) مرات وتأهلت إلى كأس العالم (4) مرات متتالية، كما أنها تتصدر دول العالم العربي في حجم الاستثمارات الرياضية وعقود الشراكات الإستراتيجية والرعاية، وكانت أول من بدأ العمل في الاستثمار الرياضي ونجحت في تحقيق سمعة كبيرة في هذا المجال، لافتاً إلى أن كلمة عابرة قد تساهم في إنهاء مسيرة لاعب وكلمة أخرى قد تدفعه إلى تقديم أفضل ما لديه.

من جهته.. أكد رئيس لجنة الاستثمار الرياضي بغرفة جدة عبد الله الغامدي أن دور الإعلام في منع التعصب يوازي دور الداخلية في حفظ الأمن، وقال: يستطيع الإعلام أن يساهم في تغيير سلوك الجمهور وإيقاف كل ما هو دخيل على رياضتنا من تصرفات غير عقلانية قد تصدر من بعض الجماهير، لاسيما أننا صرنا نرى في الفترة الأخيرة جدالا لا يليق بين الإعلاميين وتأثر بذلك الجماهير، بات كل صاحب ميول يدافع عن ذلك الإعلامي سواء كان على صواب أو خطأ.

وخاطب الغامدي الإعلاميين قائلاً: عزيزي الإعلامي أنت قدوة لذلك المشجع الذي يجلس في المدرج فهو قبل أن يذهب للملعب قد قرأ لك وتأثر بما تقول فان كان خيرا سنرى جمهور مثالي وان ما كتبته عكس ذلك سترى جمهور

محتقن وتسمع ألفاظ نابية لا تليق في شباب الوطن أبناء بلاد الحرمين، أرى بعض الصحف قد خصصت صفحات لإشعال الإثارة ولكن لم أراها تخصص صفحة عن التوعية، إن دور الصحافة الرياضية في حفظ الأخلاق لدى الشباب يعادل دور الداخلية في حفظ الأمن أن دوركم في الإعلام شريكا مع تلك المؤسسات التربوية بالمجتمع التي تساهم في توعية الشباب.

وفي الإطار نفسه.. أكد نائب رئيس لجنة الاستثمار الرياضي بغرفة جدة راشد بن زومة أن الملتقى حقق هدفه الكبير بجمع قادة الإعلام الرياضي في السعودية تحت سقف واحد، سعياً للتأكيد على الأهداف العليا لرياضتنا والتشديد على ألا تتحول الإثارة إلى تعصب، وقال: نحن نقف في مفترق طرق، فالإعلام الرياضي يملك الحرية الأكبر بين الإعلام المتخصص، ونحن لا ندعو إلى التقليل من الإثارة الرياضية المحمودة التي تمثل (ملح الرياضة)، لكننا نريد الابتعاد عن التعصب ونسعى لوضع معايير مهنية تضمن الابتعاد عن التجريح الشخصي والتعدي على خصوصيات الناس واحترام الذوق العام، وعلى كل إعلامي أن يضع نفسه في مكان الطرق الآخر الذي يتعرض للهجوم.

وكرم أمين عام غرفة جدة عدنان مندورة المتحدثين خلال الملتقى وهم: محمد النيجيري مدير القناة الرياضية الأولى، وصالح الخليف رئيس تحرير جريدة الرياضي، وعبدالله فلاتة رئيس القسم الرياضي بجريدة المدينة، وحسين الشريف ممثلاً عن جريدة عكاظ، وأحمد الياس رئيس القسم الرياضي بجريدة البلاد، وناقش المشاركون (8) محاور رئيسية عن الإعلام الرياضي وواقعه، والأدوار الوطنية المناطة بالإعلام الرياضي تجاه القارئ والمشاهد، إضافة إلى المسؤولية القانونية والأخلاقية للإعلام تجاه الشباب والرياضة ، ودور الإعلاميون في (إطفاء أو إزكاء) المشاكل الموجودة في بعض الأندية؟ ، وكذلك الدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرياضي لإعادة هيبة الكرة السعودية ونبذ التعصب، والمعايير المهنية المفترض أن تتحلى بها الممارسات الإعلامية، والمعوقات التي تواجه المستثمرين في الإعلام الرياضي، كما سيتم إلقاء الضوء على الإعلام الرياضي (اليوتيوب وتوتير) بمشاركة نخبة من أبرز المتحدثين.

الفصل الثالث

أهمية الإعلام ودوره في نشر السلام والوعي الثقافي والحضاري

يعد الإعلام على اختلاف إشكاله وتنوعه مرئيا ومسموعا ومقروءا من اهم المجالات الحيوية للإنسان في يومنا هذا سيما دخول الشبكة العنكبوتية في غزو العالم, وقد أصبح العالم كقرية صغيرة عبر هذه الشبكة (الإعلام عبر الفضاء).

ويعتبر الإعلام المرآة الحقيقي الذي يستطيع ان يكشف الأحداث والمشاكل وأمور مختلفة في المجتمع وفي مؤسساته الأهلية والحكومية، لذا ينبغي ان يكون الإعلام مقدسا وشامخا وعالية المستوى لخدمة الإنسان والمجتمع.

ومنذ قديم الزمان فان الصحافة تعد عمل متعب بسبب المخاطر الكبيرة التي تحدق بهذا العمل وفي المقدمة القوانين المقيدة للصحافة والتي تحدد من حرية الكلمة وتهدد المفكرين والكتاب والمحررين بعقوبات السجن والغرامات المالية المرتفعة فضلا عن خطورة الأفراد الذين لا يتحملون النقد والنصائح والإرشادات ولا يؤمنون بالرأيالأخر .

وتعد الحرية هي الشرط الأولوالأساس لانتعاش الإعلام والصحافة لكي تظل فاعلة التأثير في سلوك وشخصية الإنسان نحو العمل الخير ومؤشرة على التنمية والتطور في كافة المجالات وبخاصة المجال السياسي والثقافي والاجتماعي والحضاري وعليه يجب ان يأخذ الإعلام دور الرقابه بمهنية ومصداقية عالية فضلا عن دوره الكبير في نشر الوعي الثقافي والاجتماعي والحضاري من خلال الاطلاع على شتى ثقافات وحضارات العالم وعلى العادات وقيم المجتمعات وما توصل اليها التطورات والانجازات الحديثة.

ومن الضروري ان يهدف الإعلام للدفاع عن حقوق الإنسان وما يحتاجة من أمور وخدمات مختلفة. من هنا على رجال الإعلام العمل بم بدأ العدالة والإحسان والكشف عن الحقيقة مهما كانت التضحيات, على الكاتب والمفكر والباحث والناقد التمسك بالموضوعية والوضوح والدقة وأن يبتعد عن العشوائية والشكلية والمزاجية. ويجب ان يتصف ويتميز بالقوة والشجاعة والأخلاق الحميدة والقدرة العالية في التعبير والإبداع والنزاهة في كتابة المقالات والمواضيع والتحقيقات

وسرد المعلومات والحقائق كما هي دون زيادة أونقصان ودون تحريف والابتعاد عن التحيز لهذا الطرف او ذاك.

عليه الابتعاد عن اسلوب المدح التقليدي لكل من هب ودب, كما علية الابتعاد كليا عن اسلوب الطعن الجارح او التشهير وابراز السلبيات فقط لان هذا الأسلوب مرفوض ايضا, على الناقد ان يوجةكلمتةوملاحظاتةباسلوب حضاري وبضمير حي بعيدا عن الانفعال والغضب, والتاثير العاطفي والمصالح الشخصية, عليه ان يقف مع الحقائق بجدية وعزم وايمان راسخ, وأن يقدم النصائح والمعالجات والإرشادات المفيدة والبنائة بروحية وقلب ملىء بالخير والمحبة والإنسانية, ومن الضروري تقديم الموضوعات بشكل جذاب وفني وبسيط وملائم اسواء في الاذاعات والمحطات الفضائية او في الجرائد والمجلات والدوريات وغيرها.

يجب احترام الأسس والمعايير والقواعد الخاصة بمهنة الإعلام و التأكيد على استقلالية هذة المهنة الوطنية الشريفة وعلى الدولة ان تخضع لمبادىء الديمقراطية المعروفة دوليا وحرية التعبير, عليها الدعم المطلق للإعلام والبحث عن ايجاد المتطلبات اللازمة لكي تبقى الصحافة والإعلام قريبة من الأحداث التي تستجد في العالم سواء من الناحية السياسية او الفنية او الأمور الخاصة بمهنة الصحافة والإعلام .

ان الثورة التكنولوجية للإعلام الفضائي والمدونات الرقمية على الشبكة العنكبوتية أدى الى تسهيل وتضليل الكثير من الأمور العلمية والثقافية والحضارية المختلفة والى انتشار الثورة المعرفية والمعلوماتية في العالم. في الدول المتقدمة تنظر الى الإعلام باعتبارها من الركائز المهمة والأساسية لتنمية الثقافة والمعرفة في المجتمع, لذا تقدم للمؤسسات الإعلامية وللكتاب والمفكرين والمحررين الدعم المعنوي والمادي المجزي والرعاية الكبيرة .

وفي الختام نامل ان نرى إعلامنا وصحافتنا اكثر ايجابية وفاعلية وتاثيرا في نشر الوعي السياسي والثقافي والحضاري وتهدئة الاوضاع في بلدنا العراق هذا البلد المجروح والذي ذاق شعبنا العزيز الويلات والماسي والخراب وسفك الدماء جراء الحروب والإرهاب وعلى إعلامنا وصحافتنا الإسهام بجدية في حل المشاكل والخلافات وتقديم الحلول اللازمة بدافع إنساني ووطني وان تقف في وجة كل ظالم ومعتد اثيم وان تقول كلمتها بكل قوة وشجاعة من اجل حل المشاكل بلغة التفاهم والعقلانية والإنسانية وان يدفعوا بالدولة والحكومة العراقية نحو البناء والاعمار وتنمية الزراعة والصناعة ورفع المستوى الصحي والثقافي والعلمي ونشر السلام والأمان بدلا من الحروب والاقتتال والتخويف والتجويع والتخريب, على الدولة

العراقية شراء المعدات والأجهزة المفيدة لخدمة الإنسان العراقي المسكين والمظلوم بدلا من شراء الطائرات الحربية والمعدات العسكرية لقتله ودمار حياته.

الإعلامالرياضي.. ليس رياضي

لا شك أن الإعلامالرياضي يلعب دورًا حيويًا في تقدم الشعوب أو انحطاطها، ويُقاس مدى تحضر الدول رياضيًا بمدى ما تقدمه من إعلام رياضي راق ومتحضر في مختلف وسائله المتعددة. فأصل كلمة إعلام تعنى الإخبار وتقديم معلومات في المقام الأول. وهنا نحن بصدد تعريف مصطلح "الإعلامالرياضي" الذى يعنى "تقديم الأخبار والمعلومات الرياضية الدقيقة والصادقة للناس بكل موضوعية وحيادية، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجرى حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور وقضايا رياضية".ومن ناحية البرامج الرياضية فنجد أنها سواء كانت رسمية أو خاصة تؤثر في اتجاهات الرأى العام الرياضي منها من يلتزم بالأداء المهني وهم قلة قليلة تكاد تندثر بينما يلجأ الغالبية إلى الإثارة ومعالجة القضايا الجماهيرية الرياضية بأسلوب خاطئ يميل إلى التناقض والازدواجية أحياناً لإحداث نوع من البلبلة بعيدًا عن الحرفية مما يؤدى إلى سقطات البرامج الرياضية وسقطات مقدميها على الهواء مباشرة . والسؤال الذى يطرح نفسه هنا هل الإعلامالرياضيفي مصر يقوم بهذا الدور على أكمل وجه؟ أشك في ذلك فالإعلامالرياضيفي مصر أصبح مهنة من لا مهنة له وأصبح "سبوبة أو أكل عيش" للكثير من المتطفلين الذين لا يمتون له بصلة من قريب أو بعيد لمجرد أن أحدهم مثلاً كان لاعب كرة سابقا أو حكما أو حارس مرمى وما ندرى ما علاقة هذا بأن يكون إعلامياً وأحيانا نجد مديرا فنيا مثلاً لفريق كرة قدم يظهر على الفضائيات لينتقد أداء الفرق الرياضية الأخرى أليس من الأجدى أن يطبق آراءه على فريقه لينتشله من القاع إلى القمة أم أن باب النجار ....!! ولن نقول من منهم حصل على شهادة جامعية في تخصص الإعلام فمعظم الإعلاميين الكبار لم يتخرجوا في كلية الإعلام فالنهج الأكاديمي فيالإعلام لا ينطبق حقيقة على أرض الواقع وبعض هولاء لا يتقن الإنجليزية أو حتى العربية ولا يقرأ ولا يطّلع ولا يعلم نفسه ولا يعرف أهمية مهنته. فمثلاً، هل يمكن لك أن تجرى عملية جراحية بدون طبيب؟ وإن فعلت ذلك، فأنت هالك لا محالة. وفيالإعلامالرياضي الآن، تتشابك لغة المصالح، و"البيزنس" مما جعل كل من هب ودب يعمل في هذه المهنة حتى أصبحنا نرى أنصاف الحكام واللاعبين يقومون بتحليل المباريات بكل سذاجة وتصفية حسابات معروفة مما يزيد من درجة التعصب لمرحلة لم يسبق لها مثيل، ولكن كل شيءفي الرياضة جائز فنجد العديد من البرامج حتى أنه أصبح هناك قناة رياضية ما تكاد تنتهي من برنامج رياضي حتى يبدأ الآخر وكله في كرة

القدم وانتقادات وجميع من يقدمون هذه البرامج كانوا لاعبين كبار ولكن هذه البرامج تعمل وفق حسابات أخرى فعضو مجلس إدارة اتحاد الكرة يظهر في برنامج لينتقد زملائه وهم بدورهم لهم برامج أخرى للرد وهكذا تسير الأمور وتم إهمال الرياضات الأخرى التي تستحق فعلا الاهتمام الإعلامي وأن يتم تسليط الضوء عليها ولا يعنينا فيها انتقال لاعب من نادي إلى نادي آخر أو حارس مرمى ومشاكله حتى تصبح حديث المدينة وأخيرا لاعب بمنتخب مصر صديقته تضع مولوداً في إحدى الدول الأجنبية ولا ندرى هل هي زوجته أم لا فأية قدوة لشباب هذا البلد ليتم تصعيدها إعلامياً فهل هذا في مصلحة الإعلامالرياضي أو حتى في مصلحة الرياضة المصرية هل نجد ما يحدث عندنا في البرامج الرياضية الأخرى في الدول العربية الأخرى ! وللخروج من هذه الأزمة، أقترح وضع ميثاق شرف رياضي لكل العاملين في هذا المجال مع وضع ضوابط تقنن الالتحاق به، حتى لا يقتحمه من لا ناقة له ولا جمل، وحتى لا نصل لمثل هذه الدرجة من الاحتقان والتعصب الرياضي الأعمى، بالإضافة إلى إنشاء نقابة تدافع عن حقوقهم. فهؤلاء ممن نطلق عليهم "الإعلاميين" يستخدمون الوسيلة الإعلامية المخصصة لهم في تصفية الحسابات الشخصية مع أعدائهم أو ابتزازهم أو تحقيق مكاسب شخصية لهم أو زرع بذور الفتنة والتعصب بين الجماهير وقد يكونون مدفوعين في ذلك للتغطية على سلبيات عديدة في المجتمع كالفقر والبطالة والفساد وكم شهدنا منظرات وقحة تجرى على الهواء بين رياضيين كل واحد منهم يستغل برنامجه لمهاجمة الآخر. وهذا يذكرنا بأحداث مباراة مصر والجزائر في التصفيات المؤهلة لكأس العالم 2010 بجنوب إفريقيا والصراع الإعلام ي المتطرف بين البلدين الشقيقين للدرجة التي وصلت إلى حد استدعاء السفراء للتشاور بسبب الإعلامالرياضي وتجاوزاته الفجة!! وبذلك أصبح الإعلامالرياضيفي كلا البلدين يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة فينحط مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل الفرقة لخدمة أعداء الأمة. لذلك نتمنى أن يتدخل المسئولون لوقف الانفلات الإعلاميالرياضي بين مقدم ي البرامج الرياضية، بل والقنوات التي ترعاهم وتتبناهم وأن يتم تحديد معايير محددة لمن يؤدى مهمة الإعلاميالرياضي وما هي مؤهلاته بحيث نمنع المنابر الشخصية الحالية فه ي لا تعالج مشاكل رياضية في العموم ولكنها مشاكل شخصية وتصفية حسابات. وفي النهاية نتمنى أن يحذو الإعلامالرياضيفي مصر حذو الدول المتقدمة أو الدول العربية المتقدمة إعلامياً في هذا المجال من تقديم صورة صادقة للمجتمع عن المجال الرياضي بكل موضوعية وحيادية حتى يتم علاج السلبيات وتقوية الإيجابيات، لنجد في النهاية إعلامًا

مستنيرًا هادفاً مجرداً من النزعات الشخصية يضعنا على أول طريق النهضة الرياضية الشاملة ويمكن أن نصل لكأس العالم بدون مشاكل!

الإعلام الرياضي والهجوم على الأولتراس بسبب " البلالام"

العرض مستمر بنجاح منقطع النظير من الإعلام الرياضي في مصر الذي لا يمارس سلطاته إلا على الجماهير وفقط، فعلى مدار ثلاثة أيام الحديث لا ينقطع عن خطايا أولتراسأهلاوي الذي تجاوز كل الخطوط الصفراء منها والحمراء.

وذلك حسب رأي الإعلام الرياضي الذي اقام المحاكمات وأصدر الأحكام بخيانة هؤلاء الشباب بعد أول ظهور لرابطة أولتراسأهلاوي بعد غياب 14 شهر عن حضور المباريات في لقاء الأهلي وتوسكر الكيني على أرضية استاد برج العرب.

وفيما يبدو أن هناك شبه إجماع من كافة الإعلاميين في مصر على ضرورة النيل من جماهير الكرة وتحديدا روابط الأولتراس منذ خروجها للنور قبل ما يزيد عن 6 سنوات، والسؤال هل يستطيع أيا من الإعلاميين أصحاب الرأي أن يهاجم إدارة نادي على مدار 6 شهور فقط أو أن يخصص حلقات برنامجه لمدة أسبوع للهجوم على لاعب أو مسئول أو مدرب؟.!

الإجابة بالنفي بكل تأكيد فجهابذة الإعلام لا يمكن أن يقدموا على هذه الخطوة فالنتيجة معلومة للقاصي والداني فبمجرد الهجوم على أي من أفراد المنظومة الكروية تكون المقاطعة هي الحل الأمثل لا تصريحات لا لقاءات لا حصريات لا مداخلات هاتفية للإعلامي الهمام وهو ما تم بالفعل في العديد من المواقف ويكفي أن نذكر قناة مودرن بما فعله معهم نادي الزمالك من مقاطعة تامه ومنع من تغطية أخبار النادي.

أو عندما خرج جمال حمزة لاعب الزمالك الأسبق لينهر الإعلامي خالد الغندور ومعه الصحفي أسامة خليل فيما يعرف بواقعة "أبو بيجامة."

وما مداخلة الحكم جهاد جريشة مع الإعلامي كريم شحاتة التي وبخهه فيها على الهواء قبل شهور قليلة لا تخفي على أحد.

أو صراع مصطفي يونس مع النادي الأهلي وحالة التجاهل التام الذي تقوم به إدارة الأهلي ليونس وبرنامجه الأسبوعي الذي أصبح من المحرمات على لاعبي أو مسئولي النادي الأهلي.

يتزامن هذا بهجوم ضاري على الجماهير من كافة البرامج الرياضية بشكل يومي لا يكاد يمر يوم إلا ويتحدث مقدم البرنامج نصف ساعة على الأقل للنيل من

الجماهير لا لشئ إلا لأنها لا تجد من يحميها من هذا الهجوم حيث لا توجد مصلحة مباشرة أو غير مباشرة مع هذه الجماهير تحديدا الأولتراس فهم لا يقومون بإجراء تصريحات صحفية أو مداخلات ساخنة وأضعف الأيمان لا يهتفون في المدرج "بنحبك يا شلبوكا أو يا شوبير يا حبيب الشعب."

فطالما إنعدمت المصلحة فلماذا لا يكون الحديث موصولا اناء الليل وأطراف النهار عن هؤلاء المخربين المجرمين وأن يتم وصمهم بكل نقيصة خصوصا في ظل الفراغ الإعلامي والإفلاس الذي وصل أعلى مستوياته بعد قطع شارة بث مباريات الدوري عن هذه القنوات فعن أي شئ يتحدث هؤلاء الجهابذة.

الطريف أن أخر ما قاله الإعلام الرياضي عن الأولتراس أنهم لا يحترمون الرموز بعد قيامهم بالإساءة لرئيس المجلس العسكري السابق علما أن نفس الأشخاص تنفرج أساريرهم بإهانة رئيس الدولة ولا يجدون غضاضة في إذاعة هتافات مناهضة للرئيس تصل إلى حد السباب بداعي حرية الرأي والحالة الثورية التي ترفض تواجد الرئيس على سدة الحكم إلا أنهم إنزعجوا من قيام الاولتراس بتحميل المشير طنطاوي لمسئولية حادث مجزرة بورسعيد.

المثير في الإعلام الرياضي الذي يمارس دور القاضي والجلاد على جماهير الكرة فقط ويفشل في أن يقوم بأي دور سوى التطبيل للاعبين والمدربين المصريين على حساب الأجانب بعنصرية مقيته واضحة للعيان فشل في أن يكون إعلام حقيقي علما أنه أثناء فترة توقف النشاط الكروي في مصر وصلت صرخات الإعلاميين عنان السماء عن الصناعة التي تنهار والكرة التي يعمل بها أكثر من 4 مليون شخص ولابد من عودة الحياة للملاعب المصرية وحرضوا ودعوا إلى وقفات إحتجاجية بداعي أكل العيش.

وهذا حق أصيل لهم بكل تأكيد إلا أن المثير للدهشة أن ينطلق الدوري الممتاز لتجد على سبيل المثال أن قناة دريم لم تقم بشراء الدوري من الأساس وبالرغم من عدم إمتلاك القناة لاي حقوق يخرج الإعلامي خالد الغندور كل ليلة ينتقد ويهاجم ويدافع ويتحدث عن الهدف الصحيح والتسلل مثل المدرس الأخرس الذي يقوم بالشرح لمجموعة من العميان والصناعة مستمرة بنجاح!

أما قناة مودرن والنهار والأهلي القنوات المتخصصة 24 ساعة رياضة لم يهتم القائمين على هذه القنوات بسداد القيمة المالية المستحقة لإذاعة مباريات الدوري ليتم قطع شارة بث مباريات الدوري عن هذه القنوات بأمر لجنة البث الفضائي بداعي تعسف ممدوح عباس رئيس لجنة البث ضد هذه القنوات.

لتنطلق المباريات الأفريقية ولم تهتم أيا من هذه القنوات المتخصصة في شراء حقوق بث مبارة الزمالك وفيتا كلوب لتذاع على قناة القاهرة والناس حصريا بعيدا عن قنوات الريادة و الصناعة والتجارة والجنرالات.

فلماذا تقوم هذه القنوات بدفع حق شراء مباريات الدوري أو تهتم بنقل المباريات الأفريقية للفرق المصرية طالما ان هناك مادة خصبة للحديث اليومي بالتقريع والتوبيخ وممارسة دور المدرس الذي يعذب تلاميذه بشكل يومي بداعي جهلهم وعدم درايتهم بأي شئ وانه الوحيد القادر على فهم كافة أمور الكون ولا يقوم بتقديم معلومة واحدة طول وقت الحصة.

إعلام لا يعالج ولا يقدم حلول بل يقوم بزيادة العلة حتى لو قدم النصيحة فهي مرفوضة بسبب الغطرسة التي تظهر على وجوههم ونظرة الإستعلاء الغير مبررة من حفنة من لاعبي الكرة السابقين لولا إهتمام هذه الجماهير بلعبة كرة القدم ما كان لأحد منهم ان يقف أحدهم يوما أمام الكاميرات ليتحدث بهذه الطريقة ويوجه الإهانة للجماهير بهذه الطريقة نود أن نذكرهم أنهم في الوقت الذي يتحدثون فيه بهذا الحديث أن قناة الجزيرة الرياضية من قطر الذي يبلغ تعداد العاملين في المجال الكروي في مصر حسب كلام الجهابذة ثلاث أضعاف سكان قطر فازوا ببث حقوق مباريات الدوري الإنجليزي إلى جانب عشرات البطولات الأخرى ويبقى هؤلاء يتحدثون ويتحدثون لا يستطيعون حتى نقل مباريات الدوري المصري بسبب شارة البث.

الإعلام الرياضي .. هل يأخذ دوره المطلوب في عملية التطوير؟!

أظهر إعلامنا الرياضي بكل أنواعه في الفترة الماضية قدرته على تسليط الأضواء على مواقع الخلل ليتم تلافيها، وقام بالثناء من أجل التحفيز والانتقاد من أجل التطوير، وبهذا جسد إعلاميونا خبرتهم وحريتهم وإبداعاتهم ليؤكدوا التشاركية الحقيقية مع الرياضيين.

ولأهمية الدور الذي يلعبه الإعلام الرياضي هذه آراء بعض أصحاب الشأن فماذا قالوا؟

«التخصص في التخصص»

إن الإعلام يحظى باهتمام بالغ من مجموعة شرائح المجتمع لأن ثقافة الرياضة بدأت تنمو ممارسة واهتماماً بالنجاح والتفوق وهذا يستدعي المزيد من الاهتمام من كافة وسائل الإعلام (البرامج الرياضية - الأخبار - التحقيقات) والنزول إلى الشارع من أجل الاطلاع على رغبة وحاجة الجمهور، لأنه من

الملاحظ أن الكثير من الناس يجهلون الإنجازات التي تمت على صعيد تواجد المنشآت الرياضية.

إن الإعلام الرياضي هو تخصص في مسألة الصحافة وهذا أمر مهم، وربما (التخصص في التخصص) فالصحفي الذي يهتم بكرة القدم ربما لايهتم بالألعاب الفردية، فمن الواجب تكليف عدد من الزملاء في مجال واحد وهذا يعطي فرصاً أوسع للنجاح وللتعمق في الكتابة والفهم، لأن الذي يريد أن يشرح أو يوضح عليه أن يستوعب كل مايحيط بالأمر كي تصل الفكرة عبر المادة واضحة وصادقة ومتكاملة.

وانطلاقاً من فهمنا بضرورة التخصص الإعلامي لجأنا إلى اطلاق لجنة الصحفيين الرياضيين وأحدثنا لجنة لها وهذا جزء من عملية التخصص ويجب أن ينسحب هذا على كافة الأجناس الأخرى من الصحافة (السياسيين - الاقتصاديين - البيئيين..الخ) وهنا آمل من الإدارات ورئاسات التحرير أن يكون العمل تخصصياً وتحديد زملاء في كل جانب وعدم التبديل في مهامهم.

ومن الضروري التنسيق بين اتحاد الصحفيين والاتحاد الرياضي العام للوصول إلى مستوى متقدم من التعاون في مجال المعلومات والخبر وتقديم خدمة أكبر في مجال الإعلام للرياضة والرياضيين.

بعيداً عن الشخصنة

الإعلام الرياضي هو وسيلة من الوسائل الهامة للمؤسسة الرياضية وهو على درجات فالإعلام المقروء يأتي في الدرجة الثالثة بعد المرئي والمسموع والجميع لديهم الرغبة أن يطلعوا على مايكتب في الصحف ونحن كاتحاد رياضي نتابع بشكل يومي كل مايكتب ويعرض في إعلامنا.

وإن الإعلام بكل أصنافه وألوانه يجب أن يكون موضوعياً وبعيداً عن الشخصنة، ليكون إعلاماً بنّاءً وليس هدّاماً، بنّاءً للإصلاح وليس للإحباط، يكون بعيداً عن الأمور الإجرائية اليومية ويدخل في صلب العمل الفني، والإعلامي ومن الضروري أن يكون مختصاً ومهنياً ومطلعاً على خصوصية اللعبة التي يغطيها وأن يحترم الرأي والرأي الآخر وفيما بعد يقوم بالتحليل ووضع القارئ بالصورة الحقيقية، ومن الضروري على الإعلامي أن يشير إلى موقع الخطأ أو التقصير ويقدم مقترحات بالحلول أو الإجراءات المطلوب اتخاذها، كي يكون عوناً للمؤسسة الرياضية لا أن يضع العصي في العجلات وعليه أن يؤمن بمبدأ التشاركية وأن يكون في موقع الحدث.

ونتمنى من الإعلام المقروء أن يكون على قناعة كاملة وخاصة في هذه المرحلة

وإن المؤسسة الرياضية وعلى رأسها المكتب التنفيذي تعمل بكل جدية واحساس عالٍ بالمسؤولية من أجل دفع مسيرة الإصلاح التي بدأناها سواء من خلال الأنظمة أو القوانين أو تأمين الواردات المالية اللازمة للمؤسسة وتفعيل دورها كمؤسسة ناجحة.

وختم حديثه قائلاً إن جميع الإعلاميين هم على مسافة واحدة من المكتب التنفيذي لأن هدفنا واحد هو (تطور رياضة البلد)، وعلى الإعلاميين ألا يضعوا القراء بالصورة الضبابية، وأن يكون هاجسنا جميعاً وبشكل دائم هو اللون الأبيض أو الأسود.

روح الرياضةثبت بما لايدع مجالاً للشك أن الإعلام والرياضة شريكان في الفشل والنجاح فلا رياضة من دون إعلام يبرزها ويوضح معالمها ولا إعلام دون منهجية وعلمية وموضوعية، والإعلام الرياضي في هذه الآونة يلعب دوراً هاماً جداً كسلطة ورقيب بأن معاً، سلطة خوّلها له القانون حين جعله السلطة الرابعة بعد السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية، وعلى هذا الأساس هو معني بالرقابة والمحاسبة وفقاً للأنظمة المرعية وليس تبعاً أو مهللاً أو ناطقاً رسمياً باسم السلطة وهو أمر غاية في الأهمية على القيادة الرياضية فهمه وإدراكه إن هي أرادت تحسين الأداء والمستوى والنتائج.

أما السلطة والقيادات الرياضية فهي أساس العمل الرياضي وقد عُهد إليها بذلك وفقاً للأنظمة والقوانين السائدة.

ولأنها مؤتمنة ومنتخبة فمن واجبها التطلع إلى الإعلام الرياضي على أنه شريك بالمسؤولية له رأيه ورؤيته وإمكانية التحاور معه لأنه يرى أحياناً مالاتراه القيادة الرياضية.

وكي ينجح العمل الرياضي في وطننا لابدّ من التشاركية في مسؤوليته ودون ذلك ندور في دوامة لانهاية لها من فردية الرؤية والمسؤولية للرياضة وهي لاتضمن النجاح ولا التقدم بالعمل.

وبكل الفخر بالإعلام أقول إنه تطوّر كثيراً وهو مؤهل لأن يكون شريكاً وهذا يتطلب مد اليد وليس النظرة العدائية.

«صاحب كلمة حرة»

إن التجربة الإعلامية الرياضية في سورية هي رائدة ومتقدمة منذ زمن طويل إذا ماقيست إلى تجارب الدول العربية الأخرى، ولدينا قامات إعلامية كبيرة أعطت منظومة الإعلام الرياضي العربي جلّ خبرتها واليوم الإعلاميون السوريون في الخارج معروفون ولهم تواجدهم المهم.

وعلى الصعيد المحلي فقد استطاع إعلامنا أن يكسب الرهان بعد أن وجد نفسه أمام مسؤوليات جديدة ومطالباً بمستوى من الفن الصحفي لمواجهة حاجات ومتطلبات الرياضة السورية التي تنامت هي كذلك ولطالما كان إعلامنا يسبق الحدث الرياضي ويكون متقدماً عليه، ويبقى الفيصل في السبق بينهما مرهوناً بالاجتهاد.
و أن الندوة الحوارية التي يقيمها الاتحاد الرياضي العام مع منظومة الإعلام الرياضي مهمة جداً فليس الحوار مطلوباً فيها فقط، بل المطلوب مستقبلاً متابعة ماينتج من آراء وأفكار عن هذه الندوة في إطار الاصلاح الرياضي والإعلامي الشامل وللأسف أقول بكل شفافية إن التمثيل الإعلامي في عضوية المكتب التنفيذي للاتحاد الرياضي ومنذ تأسيسه (مفقود) ودائماً مكتب الإعلام ملحق بغيره من المكاتب وهذا سبّب فجوة كبيرة في العلاقة والتنظيم بين الإعلام الرياضي والاتحاد الرياضي.

إن الحديث يطول ويطول عن دور ومهام إعلامنا الرياضي ونلخص دوره (إنه بالمحصلة صاحب كلمة حرة مسؤولة غير أنه لابدّ من تنقية أجوائه من الذين يرون في مهنة الصحافة الرياضية أنها مهنة من لامهنة له ومحاربة التهويل الإعلامي في بعض وسائله).

خطاباً مهنياًكان الإعلام الرياضي السوري ومازال أحد أهم العوامل التي ساهمت في دفع عجلة التطور والنهوض الرياضي في بلدنا من خلال تسليط الضوء على السلبيات ومحاولة تعريتها من أجل تلافيها، ومن جانب آخر كان له دور كبير في إضاءة الجوانب الايجابية وإبرازها من أجل تعزيزها والبناء عليها من أجل الارتقاء بالرياضة السورية نحو الأفضل.

في مقابل ذلك هناك ضعف في عملية بناء الإعلامي الرياضي من قبل المؤسسات الإعلامية وتثقيفه وتمكينه من الامساك بأدوات الإبداع والارتقاء لمستواه المهني.

من الواجب على مؤسساتنا الإعلامية إقامة الدورات المتخصصة للإعلاميين من أجل تمكينهم من أدواتهم والارتقاء بمستوى الخطاب الإعلامي ليكون خطاباً مهنياً مبنياً على أسس وقواعد وليس خطاباً ارتجالياً.

فن وعلم واختصاصالصحافة الرياضية السورية المتخصصة تتابع اليوم رسالتها بنجاح وتلتزم الكلمة الرياضية المسؤولة والنقد البنّاء، فرسخت في الحياة الوطنية قيم البطولة وحفزت الأبطال والبطلات على العطاء وقدمت ثقافة رياضية للجماهير وتبادلت التأثر والتأثير مع الحركة الرياضية واكتسبت مصداقية

جماهيرية بحيث بات كل ما تكتبه مقروءاً ومحترماً ومتابعاً، ثم أن تعدد الإصدارات الصحفية الرياضية لم يضعها في قوالب محددة بل خلق فيها إرادة المنافسة الصحفية القائمة على ميثاق الشرف الصحفي، بل أضحى لكل مطبوعة شخصيتها وحضورها في الوسط الرياضي السوري، وقد فرض تطور واتساع النشاط الرياضي وكبر حجمه وازدياد فعالياته وجود سوق للصحافة الرياضية رائج وعلى مستوى متقدم، وهذا لا يستدعي القبول بالأمر الواقع، فأمام الصحافة الرياضية السورية قدر أكبر من المهام الجديدة لتأهيل كوادر شابة من الذكور والإناث وتحقيق توازن إعلامي بين كرة القدم التي تستأثر بحيز واسع من الصفحات وبين سائر الألعاب، كذلك الأمر يتطلب توازناً إن لم نقل غلبة للمادة النقدية والثقافية الموجهة إلى كافة الشرائح الاجتماعية دون أن تتخلى عن موضوعيتها ودون أن تضرب عرض الحائط بالرأي الآخر أو أن تقلل من أهميته. وبالمقابل على المسؤولين الرياضيين أن يدركوا خصوصية العمل الصحفي وأن يفتحوا قنوات التواصل الدائم معه، إذ باتت النظرة اليوم للصحافة الرياضية على أنها كالفن ضرورة من ضرورات الحياة، ففي كليهما نجد الفائدة والمتعة والتشويق والعلم والموهبة، ويبقى الفيصل في التفوق بينهما مرهوناً بالاجتهاد، فكل من الصحفي الرياضي والفنان يسعى لتقديم الجهد الذي يحقق النتائج الأفضل ونيل الإعجاب والشهرة معاً وعملهما بالأصل هو فن وعلم واختصاص.

الإعلام الرياضي و إحترافيةالإدارة في الإعلام

من المتعارف عليه أن الإعلام الرياضي هو المدرسة العامة التي تواصل عمل المؤسسات الرياضية وتقرب الفروق بين الأفراد عن طريق نشر الخبرات وتعديل السلوك بين الصغار و الكبار بما يتلاءم و العادات والتقاليد .

وفي ظل التقدم التكنولوجي الهائل برز للإعلام الرياضي دور هام في زيادة الوعي الرياضي بين الأفراد و تعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة . واستخدم الإعلام الرياضي في تعريف العالم الخارجي بحضارة الشعوب لما يعكسه من مقياس للرقي .

وبين هذا وذاك تبرز فنون الإدارة في تقديم المادة الرياضية باسلوب يضمن وصولها إلى أقصى مدى وأكبر عدد من الجماهير ، فأين نحن اليوم كأردنين من الإعلام الرياضي العالمي أو العربي ؟؟؟؟؟

دور الرياضة وتأثيرها في بناء ثقافة المجتمع

في مجال الرياضة يمكن تقديم خدمة كبيرة للمجتمع الدولي، فمجالات الرياضة والألعاب أصبحت واسعة جداً، وكل ذلك يعمل على توطيد العلاقات بين الشعوب والأمم عن طريق إقامة المباريات والدورات الرياضية، فالرياضة لاتحتاج الى لغة ولا لأية صفة غير صفة الإنسانية مهما تعددت الجنسيات والألوان والأديان والطوائف والأفكار، فالرياضة خير جامع وهي مع الفن يمكن أن تُشَكِّلا حجر الأساس في الجمع بين الدول وبين أبناء المجتمع الإنساني.

العلاقات الرياضية بين الشعوب هي الطريق الأمثل لبناء ثقافة المحبة

وتلعب الرياضة دوراً هاماً في تعزيز العلاقات الدولية بين الشعوب حيث ينفتح مجال التنافس بين هواة ومحترفي الألعاب الرياضية بعيداً عن الصراعات السياسية حيث تتلاشى المشاعر الضيقة والتي يحل محلها الشعور الإنساني الذي يقودها الى التعبير عن المحبة المتبادلة والتعاون الذي يساعد السياسيين على حل الكثير من التوترات.

الإبتعاد عن أجواء الحروب والإقتتال

وتوفر الرياضة فرصاً عظيمة لإرساء أجواء من السلم والمحبة كما تعمل على إبعاد شبح الحروب والإقتتال بين الدول وتساعد على الحياة الحرة الكريمة.

الثقافة الرياضية وبناء العلاقات الاجتماعية والصداقات

كما تترك الرياضات المختلفة في نفوس العامة آثاراً ذات بهجة بما تحمل من متعة وفائدة لايختلف عليها عاقلان فلكل من الروح والبدن حق من ضمن الحقوق العديدة التي يحتاجها الإنسان وعلى هذا الأساس كانت لآثار المظاهر الرياضية أهمية من حيث التأثير على الثقافة العامة للمجتمع تظهر على شكل صداقات وتزاوج بين أفراد المجتمع وتبادل معرفي قائم على المحبة.

دور الشباب والرياضة في بعث روح الحماس والحياة

وللشباب الدور المهم الذي لايقل في إشعاعه عما يقوم به الكبار فهم مادة الحياة والحركة وهم بقواهم البدنية وإراداتهم النفسية يتخطون المصاعب نحو تحقيق الذات والإنتصارات والنجاحات في مختلف الميادين ومنها الرياضية.. فالدول تهتم برعاية الشباب من أجل بناء مجتمع قوي نخبته وقياداته تمتلك روح الحماس والمثابرة لقيادة الحياة وتحقيق مستقبل زاهر.

الرموز الرياضية الوطنية ودورها في رفعة شأن البلاد

إن إحراز مراكز متقدمة في البطولات الدولية يعكس مدى الرعاية الخاصة التي تبذلها الدول للشباب كما يبرز التطور الحاصل في ميادين الرياضة بإعتبارها حقل من الحقول الفنية التي تعبر عن ثقافة ذلك البلد والذي يمكن أن تبرز فيه رموز مهمة ترفع من مكانة البلد وتعزز موقعه بين بقية بلدان العالم.

التربية البدنية

إن للرياضة دوراً أساسياً في بناء الأجسام وتكاملها حيث يمكن للرياضي أن يمتلك لياقة بدنية عالية تؤهله لخوض المسابقات الرياضية وممارسة فنون الرياضة المختلفة والمشاركة في الدفاع عن الوطن وتحقيق الحد اللازم من الصحة العامة.

الدورات الرياضية العالمية

وتلعب الدورات الأوليمبية والدولية دوراً مهماً في توطيد العلاقات السلمية بين الشعوب وتساعد على فسح المجال لتمتين العلاقات الاقتصاديةوالاجتماعية والفنية والتبادل المعرفي والثقافي.

ملْ الفراغ والصحة النفسية والبدنية

ويعتبر الفراغ سبباً كافياً لظهور الكثير من المشاكل ولايمكن إطفاء هذا الفراغ إلا بالعمل على ملئه بما هو مثمر ومفيد، ويعتبر الجانب الرياضي من أهم الجوانب التي قدراً كبيراً من الصحة النفسية والبدنية.

مشاركة المرأة في مختلف الفنون الرياضية

كما أن للمرأة حق ممارسة الرياضات المختلفة والمناسبة ولابد من توفير الأجواء اللازمة لها وحمايتها ورعايتها الرعاية الحقة واللائقة.

الرياضة فن ومهارة ودروس أكاديمية

وتعتبر الرياضة فناً من الفنون الأكاديمية التي تتطلب مهارة وإتقان لذلك إهتمت الدول بفتح كليات ومدارس وأندية لتعليم الفنون المختلفة من الرياضات التي تؤهل الأفراد والجماعات للدخول في المنافسات والمشاركة في المسابقات المحلية والدولية الفردية منها والجماعية.

حاجة الشباب الى الأندية والملاعب الحديثة

إن من مقومات نجاح العمل الرياضي إبداء الإهتمام بإنشاء المجمعات الرياضية في المدن الكبيرة إلى جانب نشرها في مقاطعات المناطق السكنية وتغطية حاجات المواطنين لها وسد إحتياجاتهم للملعب الرياضي لممارسة مختلف الفنون الرياضية ككرة القدم والسلة والطائرة والسباحة والتنس وكرة المضرب والألعاب الخاصة باللياقة البدنية وغيرها من الرياضات البدنية.

التجهيزات والمعدات الرياضية

لقد أحدث التطور العلمي نقلة نوعية في عملية تطوير الأجهزة والمعدات الرياضية بالإضافة الى الأجهزة القياسية التي تتعلق بالوزن والقوة وبقية المواصفات التي يمكن تطويرها وتحسينها على الوجه الأحسن.

توفير الكوادر التدريبية

وينبغي توفير كافة المستلزمات التي تتعلق بتطوير المهارات والقدرات ومنها تهيئة الكوادر التدريبية الفنية لتعليم اليافعين والشباب فنون الألعاب المختلفة التي تلبي حاجة الجميع لمختلف الأعمار والشرائح.

توفير القيادات الإدارية الناجحة

وتسعى الدول ومن خلال برامجها وخططها الى ملئ المواقع الإدارية والقيادية بالكفاءات المتخصصة لإدارة النوادي والملاعب ومتابعة شؤونها المختلفة بخريجي الجامعات والدراسات العليا بالشكل الذي يرفع من مستوى الأداء العام، وقد تكون الإنتخابات خير وسيلة لإختيار القادة الرياضيين في مواقع الإدارة بالمستويين الأعلى والأدنى.

الصحافة والإعلام الرياضي

وتلعب الصحافة ووسائل الإعلام الرياضي دوراً هاماً في نشر الوعي الثقافي والرياضي وهي أفضل وسيلة نقل للنشاط يأتي بعد الحضور في الملاعب والأندية الرياضية.. فالصحف تنقل الصورة وتساهم في النقد البناء وتساعد على عملية البناء الثقافي للرياضة في المجتمع وتساهم في مهمة عملية تطوير النشاطات الرياضية المختلفة.

دور الفضائيات في نشر الوعي الرياضي وفنون النشاطات التدريبية

إن التطور العلمي أحدث نقلة نوعية في ربط الدول ببعضها كما ساعد وشجع على التواصل الاجتماعي بين المدن مما أحدث طفرة في عالم الإعلام والإنجاز العام ونشر التوعية الجماهيرية والشعبية في صفوف المواطنين.

إن تمتين العلاقات الرياضية بين الشعوب يعتبر الطريق الأمثل لبناء ثقافة المحبة والإبتعاد عن أجواء الحروب والإقتتال وتلعب الثقافة الرياضية دوراً هاماً في بناء علاقات اجتماعية وصداقات تبعث روح الحماس والحياة في أوساط الشباب، وتعتبر الرياضة فرصة ثمينة يمكن للشباب أن يستغلها لبناء أجسامهم، ويمكن للدورات الأولمبية والدولية أن تسهم في ترسيخ العلاقات بين الدول وتعمل على ملْ الفراغ بصورة جيدة.. وللمرأة حصة لاتقل عن الرجل في المشاركة ويمكن للدراسات الأكاديمية التخصصية أن تلعب دوراً مهماً في الجانب الرياضي في مجال التربية والتعليم.

ان توفير الأندية والملاعب الحديثة والتجهيزات والمعدات الرياضية يساعد كثيراً على التنمية وبالموازاة فإن الإهتمام بهيكلية الكوادر التدريبية سيوفر فرصاً مناسبة للكفاءات ويفسح المجال أمام القيادات الإدارية الناجحة لتكون أكثر عطاءً بما تمتلكها من حسن التخطيط والعمل المهني.

وليس خافياً الدور الذي يمكن أن تقدمه الصحافة والإعلام الرياضي وكذلك الفضائيات في عملية نشر الوعي ونقل النشاطات الرياضية وبالخصوص النشاطات التدريبية التي تقوم عليها الرياضيات الجماهيرية المختلفة.

لا يَخفي على فئات المُجتمع الواعية أن الإعلام عامة يهْدف إلى التوجِيه والنّصح والإرشاد والتَّعليم في ميادين الحيَاة , بجميع أقسَامه : كالقسْم الدِّيني والتعليمِي والصِّحي والاجتماعي وغيرها , ولهُ وسائل مختلفة المرْئي منها و المقرُوء و المسمُوع , و يعتبَر الإعلام الرياضي نَوعا منها, و جزْءا مُهمّا في الرياضة ، و حيَاة الأمَم ، وسجِلا حافلا بالإنجازات الرياضية للشّعُوب من خلال

المشارَكة في الأنشطة الرياضية محَليا وخارجيّا، وهو طريق لتوَاصل الرياضيين عامَّة من خِلال المنافسات الرياضية محليا وخارجيا, وفي ظل تقدُّم المُجتمعات البشرية وتحَضرها، تطوَّر الميدان الرِّياضي ، واندمَجتْ وسائل الإعلام فيها، حتى أصبحَت جزءاً لا يتجزَّأ من المجتمع ، وصارت المَعلومات الرياضية ، وتحليلاتها ذات أهمِّية لدى الوسَط الرياضي الذي يُتابع الأحداث الرياضية , ويُعد الإعلام الرياضي الذي اتسَع مع تقدُّم الرياضة اليوم مدرسة ترْبويَّة له رسالة سامية في توجيه المُجتمع وتثقيفهم , فهو وسيلة ناجحة ومؤثِّرة, يُحقق كثيراً من الغايات ، متى استُخدم استخداما سليما بجميع فرُوعه المرئِية والمقروُءة والمسْموعة. ولكي ينهَض الإعلام الرياضي ، ويكون ناجحا, ويُقدِّم رسالته التربوية لفئات المجتمع عامَّة كانوا : رُؤساء وحكاما ولاعبين , أو جماهير ونقَّادا ومدرِّبين ينبغي أن يكون تربوِيا هادفا في المحَافل الرياضيَّة ، ويكون قائما على الموضُوعية والتوازن في تغطِية الأحداث الرياضية , بعيداً عن المُيول الخاطئ ، وأن يُقدر المجتمع الإعلاميين ، ويَعرف الإعلاميون أهمية دَورهم في التوجيه للسَّلبيات, ويكون لديهم الثقافة الرياضية الصحيحة ,والنقد الهادف ، والحرْص على اختيار الإعلامي الجيد ، والموضوع المُناسب , والعمَل من أجْل نشْر روح المحبَّة ، والتواصُل الاجتماعي ، والتنافس الشريف ، وحثِّ الأندية الرياضية كافَّة على تفعِيل الأنشِطة الأخرى كالثقافية والتربَوية , ونشر الأخبار والمعلومات الرياضية وشرْح القواعد وقوانين الألعاب والأنشطة المُختلفة للجماهير لتنمية الوَعي الرياضي بَينهم . ولكن من سَلبيات الإعلام الرياضي إغفال المبادئ الخاطئَة ، وعدَم تصْحيحها, وظهور التفاوت الاجتماعي, وانتشار التعصُّب الذي نجَم عنه الكراهيَة والتفكك بين فئات المجتمع. فالإعلام له دَور رائد في مُعالجَة الجوانب السلبيَّة ، ونشر القيم والمبادئ الكريمة ، والأهداف الطيِّبة ، وتقديم الأخبار والمعلومات والحقائق الصَّحيحة ، لتحقيق رِياضة مُثلى.

دور الإعلام في الأزمات

يعتني الإعلام الداخلي على أهميته بشؤون المواطنين والمقيمين السياسية والاقتصادية والاجتماعية وبالتالي طبيعته مختلفة عن الإعلام الخارجي، فالناس في الداخل مهتمون ومشغولون بأمورهم الحياتية اليومية وليس لديهم الوقت لتسلم الرسائل الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة بالتدقيق والتفصيل وهذا سبب استحواذ الإعلام المرئي على اهتمامهم على عكس مستلمي الرسائل الإعلامية الموجهة للخارج، فالذي لديه الرغبة لتسلم تلك الرسائل وهو يعيش خارج البلد يخصص الوقت الكافي للاستلام والتمحيص والتفاعل مع الرسائل الإعلامية، ومن هنا جاءت خطورة واهمية الإعلام الخارجي بالمقارنة مع الداخلي خصوصا وقت الأزمات، وادراكا لتلك الاهمية فقد انشأت الدول ملحقيات إعلامية في سفاراتها وبعضها فتح مكاتب إعلامية مستقلة اعتماداً على علاقة الدولة بالبلد المضيف. الإعلام بكل مرتكزاته ووسائله وموظفيه وبرامجه المتمثلة في رسائله الإعلامية يجري تفعيلها في الايام العادية التي يعم فيها الاستقرار في البلد بطرق تختلف تماما عن تلك التي يتم فيها تشغيل الإعلام في وقت الأزمات، والفارق الرئيسي بين الحالتين، الاستقرار والقلاقل يكمن في عامل الوقت، في ازمان الاستقرار حيث يسود السلام ربوع البلاد فان الوقت يكون عادة في صالح مسيري الإعلام مع كل ما يتيح ذلك من ترو في التخطيط والتنفيذ والتقييم لمختلف البرامج الإعلامية، بينما في غياب السلم الاجتماعي فان الوقت ليس في الصالح بل على العكس، فتسارع الأحداث في الأزمات وفي وقت قصير يخلق نوعاً من الضغط الشديد بحيث يستلزم على الإعلام ان يواكب الأحداث المتسارعة بردود فعل لا تقل عنها سرعة، والتصرفات التي تأتي حين يكون الوقت ضدها تكون نتائجها غير مرجوة لانها تتم بتسرع وعدم روية تحط من جودتها. لذا يوصى باعداد فريق عمل من ضمن موظفي الإعلام مهمته ادارة الإعلام وقت الأزمات مع اعطائه التدريب اللازم في هذا الصدد لا لكي يعالج، وبسرعة، ردود الفعل المحلية للازمات فقط ولكن ليواكب تلك الردود الهائلة في الكم والنوع والآتية من الرأي العام العالمي بوسائل اعلامه المتعددة من أجل التصدي لحالات طارئة تحدث في أيام غير عادية.

بعد ذكر الاساسيات والتحديات التي يواجههاالإعلام في عالمنا المعاصر جاء وقت سرد مثل عملي على ما ورد اعلاه، وخير ما يذكر في هذا الصدد هو دور الإعلام البحريني في الأزمة المصيرية التي عصفت بالبلاد مؤخراً، ويجب التطرق ولو بعجالة الى ذلك الدور في ايام السلم الأهلي اولاً، ليس للمقارنة فقط ولكن للتحفيز على تطوير دور الإعلام مستقبلا نظراً لحدة الأزمة التي مرت وطبيعتها التي كانت غريبة على أنماط المجتمع البحريني لسببين رئيسيين، أولهما

تزامن حدوث الأزمة مع وقت حدوث ما يعرف الآن بالربيع العربي بدءا بتونس ثم مصر ثم ليبيا ثم سوريا، ولولا ذلك التزامن لما جاءت أزمة البحرين بالضراوة التي أتت فيها، والسبب الثاني هو ذلك الكم الهائل من وسائل الإعلام الخارجية الموجهة وغير الموجهة والتي في مجملها تبحث عن الإثارة والمبالغة كسبا للمشاهد الذي تعبت اصابعه من تغيير القنوات والمحطات وتشوش ذهنه نتيجة لذلك، فمثلا ورد على لسان احدهم في إحدى المحطات ان القتلى بالآلاف في شوارع البحرين، ومن كان هنا يعلم انهم يعدون على اصابع اليد الواحدة لكن الذي في الخارج يصدق.

دور الإعلام البحريني ايام السلم كان بسيطا ونابعا من عادات وتقاليد أهل البحرين الذين تعايشوا بطوائفهم في وئام وسلام، أساس علاقاتهم الثقة والطيبة وحسن الخلق واحترام الغير، الصغير يبجل الكبير ويقدمه على نفسه، الامانات تودع دون أرصدة والشهادات تؤدى دون قسم، فكان الإعلام في مستوى هذه الحياة الهنيئة البسيطة متصفا احيانا بالرتابة والمبالغة في ظل رقابة محدودة. صحيح انه كان هناك حركات حدثت في عدة فترات زمنية، لكنها عولجت محليا وانتهي امرها بطريقة او بحل مكن من ان تعود الحياة طبيعية مرة اخرى. عندما حدثت الأزمةالأخيرة فوجئ الإعلام البحريني بحجمها وبعدها المحلي والخارجي ويمكن القول انه أخذ على حين غرة نتيجة لذلك. جابه مادة إعلامية تعتمد على رسائل بعضها تزيف او تفبرك الحقائق وكانت هذه المادة من الضخامة بحيث عجز الإعلام عن مواجهتها في بداية الأزمة، لكنه اختط طريقا بدايته فعالة وهو اتباع طريقة المصداقية في الإعلام، فابرز حقائق ما حدث بالصوت والصورة، فكان اقصر طريق وانجعه للتصدي للإعلام المضاد. اذا كان هناك من قصور فقد أتى من ناحيتين، البداية المتأخرة للتصدي، وفي هذا فالإعلام البحريني معذور لأنه بوغت بالكم الهائل الآتي من الإعلام الخارجي وضعف الامكانيات المسخرة له لكي يقوم بعمله.

ما العمل الآن؟ اولا وقبل كل شيء زيادة ملحوظة في الميزانية المخصصة للإعلام، اذ مهما بلغ البلد في اصلاحه السياسي والاقتصادي والاجتماعي بخطط لا تصب في رسائل إعلامية موجهة للداخل والخارج فلن يحوز ذلك البلد على ردود فعل ايجابية تساهم في تقدمه على جميع الاصعدة. ثانيا ارسال أكفاء ادارة الإعلام الى الساحة وترك المكاتب لإدارة صغار الموظفين او الإداريين فحسب، وبالتالي يتم تطوير الإعلام المحلي لأن مكان الإعلاميين هو بين الناس. ثالثا العناية بلباس الإعلاميين حين اختلاطهم بأفراد المجتمع البحريني لكي يعكس التراث والحشمة البحرينيين لا تقليد اللباس الغربي الرث. رابعا تطوير وتوسعة الإعلام الخارجي كبداية للتعلم من دروس الأزمة. جرت العادة في ايام السلم الاهلي ان يعهد

بالإعلامالخارجي المحتشم محليا الى ملحقيات محدودة العدد في بعض سفارات البحرين. هذا الترتيب لم يعد كافيا البتة الآن، إذ من المحبذ وضع خطة لفتح مكاتب إعلامية حبذا لو كانت مستقلة ومتخصصة لنقل الرسائل الإعلامية الصحيحة عن البلاد، وهذا لا يعفي السفير ودبلوماسييه من مهامهم الإعلامية لابل يوزع لهم باعطاء اهمية اكبر لتلك المهمات مما سبق نظراً لما حدث. ايضا ثبت خلال الأزمة فعالية الوفود الرسمية والشعبية التي سافرت الى بعض البلدان لشرح موقف البحرين الصحيح باظهار الحقائق كما وقعت. مرة أخرىلاعدد الوفود كانت كافية ولا عدد البلدان التي كان يجب ان تزورها، لكنها البداية ويوصى هنا باستمرار ارسالها على فترات ولكن في كل الاوقات لا ان يفتر الحماس بعد ان مرت الأزمة بسلم لان الوقاية خير من العلاج. خامساً واخيراً والاهم ان جميع التحركات الإعلامية التي تتم في الداخل والخارج يجب ان تكون بتنسيق مع جهاز شئون الإعلام ليس ابرازاً للهيمنة فهي قاتلة ولكن في التنسيق توحيد للكلمة خصوصاً بالنسبة للخارج.

التركيز على دور الإعلام البحريني في الأزمة عاجل وهام، عاجل لتدارك القصور المبرر لسد الثغرة التي خلقتها الأزمة وبالتالي التكيف مع الوضعين الجديدين المترابطين، الداخلي والخارجي، وهام لان التصدي لازمة عاصفة كان يعالج في الزمان القديم بالسلاح فحسب اما عالمنا المعاصر فيحتم الاعتماد على السلاح وفي نفس الوقت تبني الصورة والكلمة في مجابهة التحدي، وما على المرء الا متابعة مجريات الامور في الحروب والمعارك والحوادث والقلاقل ليري الصحفيين المصورين يتنقلون جبنا الى جنب مع الجنود والمقاتلين فيسقط بعضهم ضحايا، وما يحدث في افغانستان وليبيا خير مثل على ذلك، واذا كان من غير المطلوب من اعلاميي البحرين الوصول الى هذا الحد، فمن غير المرغوب ان يقبعوا في مكاتبهم من ناحية اخرى. لذا فالمراد هنا هو وجود اعلام يقظ متمكن وحاضر، على الا تبخل عليه حكومة المملكة بالإمكانيات وعلى رأسها الميزانية الضرورية اللازمة للتوسع والتطوير، فجهاز الإعلام لم يعد وزارة وانما هيكل شامل من المفروض ان يغطى جميع مرافق وأنشطة المملكة، فهو بذلك يحتاج الى المال والعتاد والناس اللازمين للقيام بدوره الجديد الواسع والشامل، لكن إن وفرت المملكة لجهاز الإعلام ما يلزم فاليحذر ذلك الجهاز من التوسع الإداري الذي يكون على حساب التوسع البرامجي والذي يجب ان يكون له الأولوية في المعادلة بين الاثنين. البحرين تستحق من يعيد البهجة والطمأنينة إليها بعد ان هزتها الأزمة العاصفة التي عبرت والتي لم تكن من ثوبها الملبوس المعتاد.

إعلامنا الرياضي

هناك تناسب عكسي بين تأخرنا الرياضي وتقدمنا الإعلامي الرياضي ففي الزمن الجميل الذي حققت فيه الرياضة السعودية مكتسبات عالمية توجت بالتأهل إلى كأس العالم عدة مرات بل والتأهل للمرحلة الثانية والناشؤون حققوا كأس العالم.. في ذلك الزمن الرائع لم يكن الإعلام الرياضي السعودي بهذا الحجم وبهذه التغطية.. وكأن انتشار الإعلام الرياضي أتى بمفعول عكسي على مستوى الرياضة السعودية التي تشهد تدهورا لا تخطئ العين في رؤيته ولا يحتاج الأمر إلى اجتهاد لاكتشافه.. وهنا لا بد من معرفة تأثير الإعلام الرياضي على الرياضة السعودية وهل له دور إيجابي أم دور عكسي ؟؟..

من الطبيعي والمفترض أن يكون دور الإعلام ذا أثر إيجابي على رياضتنا، ولكن هذا لم يحدث.. فهل السبب هو الطرح الإعلامي الرياضي الذي لا يحقق الأهداف المرجوة منه أم أن الاهتمام الرياضي لا يحقق المأمول وتطلعات الشارع السعودي. وفي نظرة إلى الإعلام الرياضي السعودي وخاصة المرئي منه لا نرى مواضيع هادفة تواكب متطلبات العصر بل معظمها إعلام إنشائي.

فإذا استثنينا النقل الحي للمباريات والتحليل لها عبر بعض المختصين فيها فإن معظم البرامج تتحدث عن مواضيع لا تخدم الرياضة على الإطلاق بل إن البعض فيها يؤصل التعصب الرياضي.

والإعلام الرياضي يركز على موضوعات ليس لها صلة على الإطلاق بالتطور الرياضي مثل تأجيل مباراة أو مسميات مثل (الفرق الكبيرة والفرق الصغيرة(
أو اللاعب الفلاني أشهر من اللاعب الفلاني، ويتخلل هذه الحوارات غير الهادفة وغير البناءة الكثير من التجاوزات اللفظية التي تعكس تعصبا مكشوفا يضر الرياضة السعودية أكثر مما يفيدها.. ويؤثر في النشء تأثيرا سلبيا.

نحن بحاجة إلى استثمار هذه الإمكانيات الإعلامية الرياضية بشكل يعمل على تطوير الرياضة وواقعها عبر إستراتيجية موضوعة سلفا يتسيد الموقف فيها المختصون وذوو الشأن وليس كل من هب ودب..

إعلام يعمل على تقييم التقدم الرياضي بشكل علمي وممنهج بعيدا عن الإنشائية اللفظية، وعلينا أن نضع رؤى وأهدافا نعمل على تحقيقها حتى يحقق الإعلام الرياضي الدور المطلوب منه.. والله المستعان.

واقع الإعلام الرياضي في فلسطين

لا يختلف اثنان على أن الإعلام الفلسطيني بشكل عام، والرياضي بشكل خاص، يملك قدرة فائقة على الإبداع، وصناعة النجوم، غير أن هذه القراءة السريعة لواقع الإعلام الفلسطيني ، يمكن تصنيفها في خانة الاجتهاد لكاتب هذه الأسطر، الذي يأمل ويتطلع ويطمح، بل ويتمنى أن يلتفت أصحاب القرار إليها. معاناة الصحافي الرياضي الفلسطيني لا يمكن أن نوجه الأسئلة التالية: هل كان الإعلام الرياضي في فلسطين، سواء أكان مرئياً أو مسموعاً أو مقروءاً بمستوى الطموح؟ وهل كان له دور مؤثر في الرياضة الفلسطينية؟ ولا يمكن إطلاق رصاص الكلام بلا هوادة، ضد صحافيينا الرياضيين.لا يمكن الإتيان بهذا الفعل أو ذاك، دون الوقوف على الصعوبات التي تواجه عمل هؤلاء، ومنها الانقسام المحلى ومنعه من السفر للخارج للمشاركة في الدورات الإعلامية وتغطية الفعاليات الرياضية التي تشارك فيها الفرق الرياضية الفلسطينية على المستوى العربي والدولي. ولا تجد من يدافع عن هذه الفئة من الصحافيين، ويعيد لهم حقوقهم المسلوبة، بل يكون لهم خير داعم ومساند ضد مايواجهونه من صعوبات في العمل.

لكن لابد من فهم حقيقة أن الإعلام الرياضي وفي عصر العولمة والانفتاح، قد زادت أهميته أكثر من ذي قبل، فقد أصبح شريكاً فاعلاً في التنمية الوطنية الشاملة. فهو من يتمكن من تشكيل الرأي العام الرياضي المستنير وصياغة توجهاته والتأثير الإيجابي في وعي وثقافة الجماهير.

غير أن الواقع الحالي للإعلام الرياضي، أصبح بحاجة لمراجعة شاملة؛ لتشخيص وتحليل السياسات بكل شفافية وموضوعية؛ للدخول إلى المنطلقات؛ وتحقيق الأهداف.

أن التهميش والغبن، الذي لحق بالصحافيين الرياضيين، هو مسؤولية القائمين على المؤسسة الإعلامية في البلد. فهذه المؤسسة مقصرة في الاهتمام بالصحافة الرياضية الفلسطينية، وفي رفع شأن صحافتنا الرياضية عربياً وعالمياً. ففي كثير من الأحيان تقود العلاقات الشخصية والمحسوبية والمنسوبية، عملية الاختيار وتوزيع المناصب، ووضع الرجل الغير مناسب في المكان المناسب. وهذا ما يحدث على سبيل المثال في اختيار الوفود الصحافية المرافقة لفرقنا

الرياضية، على الرغم من ندرتها، إذ أن التفكير ينصب هنا على اختيار من يملك الصوت الانتخابي بدلا من الصوت الإعلامي، وهنا الطامة الكبرى، التي تجعل مشاركاتنا الخارجية، في كثير من الأحيان، أشبه بالطائرة التي فقد الرادار متابعتها، فاختفت عن الأنظار!

فلابد من إستراتيجية عمل واضحة المعالم، لاستغلال الإعلام الرياضي، وجعله يساهم في إنجاح المشاركات الخارجية من كل الجوانب، سواء أكان ذلك من خلال تشكيل الوفود الإعلامية المتخصصة، والتي لديها القدرات والإمكانيات على متابعة الحدث، أو من خلال التشجيع المستمر، وتسليط الضوء على تلك المشاركات بواسطة الصحف الرياضية والقنوات الفضائية، فضلاً عن الحصول على السبق الصحفي لصالح وكالات الأنباء و المواقع الإلكترونية المختلفة.

رغم صعوبة المهمة، وقلة الإمكانيات، وشحة الخبرات، وعدم توفر الدورات التدريبية المتخصصة، وخلو الساحة من المدارس والمعاهد الصحافية الرياضية المتخصصة، والتي تكون على مستوى عالٍ من المهنية والحرفية، بما يساهم في ولادات جديدة لطاقات عالية الكفاءة، يكون بإمكانها سد الفراغ الحالي في الصحافة الرياضية الفلسطينية. على الرغم من كل ذلك لابد من الانحناء تقديراً لصحفيينا الرياضيين على اختلاف انتماءاتهم ومرجعياتهم، إذ أنه ورغماً عن أنف تلك الظروف والتهميش الذي لحق بالإعلام الرياضي من قبل القائمين على المؤسسة الإعلامية في البلد، كان للإعلام كلمته وموقفه، من خلال الإصرار الدائم والمستمر على نقل الأحداث الرياضية بالاستعانة بالوكالات والقنوات العربية والأجنبية، واستقاء المعلومة منها.

وعلى الرغم من صعوبة المراحل والأشواط التي قطعها الإعلام الرياضي الفلسطيني، والفترات العصيبة التي مر بها، خصوصا حالة الانقسام البغيض ، إلا أن مهمة الانتشار العالمي، والتي تقع على عاتق الإعلام الرياضي، بالتأكيد لن تكون أكبر من قدرات صحافيي فلسطين؛ فالإعلام الرياضي قادر على مواكبة التطور والانتشار، ونشر نشاطات وانجازات وتطورات الرياضة الفلسطينية، وما يرافقها من مشاريع وخطط تنموية واعمارية، وعكسها إلى الواجهة العالمية، عن طريق القنوات الإعلامية المرئية والمسموعة والمقروءة.

والإعلام الرياضي الفلسطيني، يملك التأثير في مسيرة واتجاه الشكل العام للرياضة، وهو قادر على تجاوز التذبذب في تغطية الحدث الرياضي وكامل الحراك الرياضي بما فيه الكفاية، فضلاً عن إبراز مكامن الخلل في مفاصل الرياضة، ونقل صورة حقيقية عن واقع الرياضة بعيداً عن برجوازية الإعلام المزيف. يتحقق كل ذلك في حال الابتعاد عن الخوف من انتقاد السلطات الإدارية، والابتعاد عن الأهواء الشخصية، والتعامل مع الأحداث بروح رياضية وأخلاقية عالية، بما يساهم في تطور وارتقاء المسيرة الرياضية في فلسطين نحو الأمام.

وهنا يبرز دور القائمون على الإعلام في البلد، بتغذية الأفكار البناءة بالمفاهيم والقيم، مما يساهم في تقدم المسيرة الرياضية والشبابية، وتوظيف مبدأ الشفافية لمصلحة الإعلام وإبراز الحقيقة والابتعاد عن الأخطاء.

وأخيراً ..أمور لا بد منها للانتشار والعمل الناجح ضرورة توظيف القدرات الإعلامية في تغطية البطولات المحلية في كافة الألعاب الرياضية المختلفة لزرع قيم الإخاء والمحبة والتعاون والتكافل بين أبناء الشعب الفلسطيني المنتمية للأندية الرياضية وإرشادهم إلى المعاني الجليلة التي يعنيها التنافس في كافة الميادين الرياضية وأهمية ذلك في تنمية القدرات والمهارات الشبابية بدنيا وعقليا ومعرفيا وتماسكا وتلاحما وطنيا وإنسانيا وتنمية الروح الأبية التي لايمكن أن تشكل إلا بروح البذل والتعاون والتطوع والرغبة الأكيدة في التميز والتفوق والنجاح والفوز المشروع في كل ميادين الحياة.
لا خلاف على أن الإعلام الرياضي، يؤثر بشكل كبير في النمو السلوكي والقيمي لأفراد المجتمع في المجال الرياضي. وللإعلام الرياضي دور هام في رفع مستوى الثقافة الرياضية وزيادة الوعي الرياضي في المجتمع و تعريفه بأهمية ودور الرياضة في الحياة العامة و الخاصة. كما يستخدم الإعلام الرياضي في تعريف العالم الخارجي، بالأحداث والتطورات الداخلية. وعليه تبرز هنا مجموعة من الأمور، التي تدفع للانتشار الواسع و الارتقاء بالعمل الإعلامي الرياضي، ومنها الموضوعية والتوازن في العمل وتغطية الأحداث و عدم المبالغة في الاهتمام برياضات أو فرق دون أخرى كما يجب أن يتم التركيز على دور المنتخبات والأندية، بدلا من التركيز على الأفراد في الوسط الرياضي عدم الإساءة للأشخاص والفرق أو الجماهير، بشكل مباشر أو غير مباشرة؛ إذ أن التجريح لا

يخدم الصالح العام، بل يعمل على زرع التعصب وتغذيته في نفوس الجماهير. وألا يكون الإعلام الرياضي، وسيلة أو جسراً للانتقادات والمهاترات و الاهتمام بالإخبار والرسائل الإعلامية، التي تعزز القيم الاجتماعية والأخلاق الرياضية العمل على وجود ثقافة رياضية عقلانية، تتميز بالإجماع الوطني، والعمل على تغذيتها وتعزيزها باستمرار و ضرورة استغلال الإعلام الرياضي، للتقارب ونشر ثقافة الحب والألفة بين الرياضيين الفلسطينيين في الداخل والخارج ونبذ الخلافات والانقسامات القائمة بين الإخوة في حركتا فتح وحماس

قياس الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضة على حكام كرة القدم حسب سنوات التحكيم.

تعد الضغوط النفسية من العوائق التي تحد من أن يؤدي الحكام أدائهم على أكمل وجه في ظل وجودها، ونظرا لكون الصحافة الرياضية تهتم بكرة القدم ومن ضمنهم الحكام وتفرد لهم تغطيات واسعة، فإنها تتسبب في ظهور الضغوط النفسية لدى الحكام، وتكمن أهمية البحث في كونه أحد البحوث النادرة في اليمن والتي تسعى لمعرفة الضغوطات النفسية التي تُسببها الصحافة الرياضية على حكام الدرجة الأولى لكرة القدم في الدوري اليمني، ولكونه أحد المواضيع التي لم تحظى باهتمام الباحثين في اليمن - في حدود علم الباحث - ولهذا فيكتسب أهميته من هذا المنطلق، كما يسعى لتحديد رؤية مناسبة لمواجهة الضغوط النفسية التي تُسببها الصحافة الرياضية على الحكام والخروج بحلول ملائمة.

وهدف البحث الذي استخدم المنهج الوصفي ل لكشف عن أهم العوامل التي تُسبب الضغوط النفسية من قبل الصحافة الرياضية لدى الحكام ، مستخدما المقياس الذي صممه الباحث والمتكون من (50) عبارة، والذي تم تطبيقه على عينة البحث والبالغ عددهم (62) حكماً.

ومن نتائج الدراسة الميدانية تَبَيّن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضية على الحكام حسب سنهم. بمعنى أنَّ جميع الحكام يتأثرون بالضغوط النفسية بحسب سنهم، غير أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً في ذلك التأثير .

وتمثلت أهم التوصيا ت في ضرورة التركيز على الجوانب النفسية للحكام إلى جوار الجوانب البدنية والفنية بالذات عند اختيار الحكام المستجدين، أو الترفيع أو في دورات الصقل، وتدريبهم على استخدام الوسائل الملائمة والمناسبة لمقاومة

الضغوط النفسية خصوصاً تلك المتعلقة بالصحافة الرياضية . مع توفير أخصائي ومرشد نفسي للحكام، وكذا استقطاب العناصر شابة عند اختيار الحكام.

في السنوات الأخيرة طرأ تطور كبير على الرياضة عموماً ورياضة كرة القدم على وجه الخصوص مما جعلها محط أنظار العالم بأسره من خلال التغطية الهائلة لوسائل الإعلام بمختلف أنواعها، ولأنَّ كرة القدم تُعد الرياضة الأكثر شعبية ليس على مستوى اليمن فحسب بل على مستوى العالم أجمع، فقد خصصت لها تلك الوسائل لاسيما الرياضية منها حيزاً واسعاً. ورياضة على هذه الأهمية من المتابعة جدير بها أنْ تعكسأهميتها على جميع مكوناتها ومن ذلك الحكام الذين يتم تسليط الضوء عليهم من قبل وسائل الإعلام عامة والإعلام الرياضي خاصة، ومنها الصحافة الرياضية على وجه التحديد.

ومن هذا المنطلق يرى الكثير من الحكام أنَّ الصحافة الرياضية تعتبر مهمة إلى أبعد الحدود نظراً لمدى تأثيرها على الوسط الرياضي بمختلف مكوناته من حكام ولاعبين ومدربين وإداريين وجماهير. فمن خلالها تتم عملية التثقيف والتوعية بكافة الجوانب المتعلقة بمختلف القوانين الرياضية، ومنها كرة القدم ذات الشعبية العالمية والتي تستقطب الملايين من الجماهير على مستوى بلدان العالم فقيرها وغنيها، ولم تكن لتصل لهذا الصيت الكبير إلا عبر ممر هام والمتمثل بالإعلام الرياضي بوسائلها المتنوعة ومنها الصحافة الرياضية.

وبما أنَّ الحكام هو أحد أهم المكونات الرئيسية للرياضة إذا لم يكونوا عمودها الفقري وأهم أضلاعها، ولأنهم كذلك لما يمثلونه من أهمية فهم بمثابة الرياضي المحايد الذي يحرص على إدارة المباراة في نطاق احترام قانون الرياضة نصاً وروحاً، وهم بهذا الاعتبار مهيئون أكثر من غيرهم للقيام بذلك الدور بدنياً، وفنياً، وذهنياً. ولكونهم يفصلون بين الفرق المتنافسة داخل الملعب فقد أصبحوا محط أنظار الجميع من لاعبين، ومدربين، وإداريين، وجماهير، والأهم من هذا كله أنهم أُحيطوا بهالة كبيرة من قبل الصحافة الرياضية، والتي تتناولهم بحسب توجهها وانتمائها وغالباً ما يكون هذا التوجه من وجهة نظر المنتمين لها - الصحفيون الرياضيون - والذين يكون بعضهم غير محايدين في تناولاتهم الصحفية، وما ينجر عنه من إثارة للجماهير ومسئولي الفرق الرياضية، وهو ما يقود إلى عدم تحقيق التوازن المطلوب للحكام أثناء قيادتهم للمباريات.

إنْ هذا الحال قد ينعكس بصورة سلبية على مردود الحكام داخل الملاعب من خلال التجربة الشخصية للباحث - كونه احد حكام الدرجة منذ (10) سنوات-. ولذا يجب عليهم والقائمين بتدريبهم وضع برنامج للتهيئة والإعداد النفسي، ليكونوا متزودين بأكبر قدر ممكن من السمات النفسية عن وعي وإدراك لمدى أهمية هذا الجانب. بحيث يصبح هذا البرنامج الخاص بتنمية السمات النفسية جزءً لا يتجزأ

من برنامجهم العام الذي يهدف إلى تنمية اللياقة البدنية والإعداد الفني للحكام، فيسيران جنباً إلى جنب ليكتمل هدف الوحدة التدريبية بالإعداد الشامل والمتكامل للحكام، من أجل التغلب على هذه الضغوط النفسية قدر الإمكان بحيث يقل تأثيرها على مردودهم خصوصاً عند قيادتهم للمباريات وصولاً إلى قدرتهم على التغلب عليها.

وتكمن أهمية البحث في كونه أحد البحوث النادرة في اليمن والتي تسعى لمعرفة الضغوطات النفسية التي تُسببها الصحافة الرياضية على حكام ال درجة الأولى لكرة القدم في الدوري اليمني، ولكونه أحد المواضيع التي لم تحظى باهتمام الباحثين في اليمن - في حدود علم الباحث - ولهذا فيكتسب أهميته من هذا المنطلق، كما يسعى لتحديد رؤية مناسبة لمواجهة الضغوط النفسية التي تُسببها الصحافة الرياضية على الحكام والخروج بحلول ملائمة.

شهد الدوري اليمني لكرة القدم في الآونة الأخيرة اهتماماً كبيراً من قبل الصحافة الرياضية اليمنية بمختلف انتماءاتها والتي زادت انتشاراً في العقدين الأخيرين، حتى أصبح بعضها يَصدر بصفة يومية وأُخرى بشكل نصف أُسبوعي والبعض الآخر بصفة أُسبوعية، وقد مَكّن تعدد تلك الصحف واختلاف مواعيد صدورها من مواكبة دقيقة لفعاليات كرة القدم والدوري على وجه الخصوص.

كل ذلك أدى إلى تسليط الضوء على المنافسات الكروية في اليمن بشكل واسع ومكثف، ولأنَّ الحكام ركيزة مهمة في رياضة كرة القدم إنْ لم يكونوا من أهم ركائزها كونهم الفيصل في اتخاذ القرار، فهم من يحتكم إليهم المتنافسون. لذا فقد كان تسليط الضوء عليهم أكثر من بقية المكونات الأُخرى باعتبار أنَّ قراراتهم المتخذة لا تُرضي جميع الأطراف. ومن هذا المنطلق فهم قد يتعرضون لكم هائل من الانتقادات الصحفية والتي تكون أحياناً منبعها التعصب، وأحايين ثانية مردها الطرح الغير حيادي والذي في معظمه قد يضع اللوم عليهم ويتعدى ذلك للتجريح بهم، بما يمكن أن يُعرّضهم لمواقف محرجة ليس داخل الملعب فحسب بل في محيطهم الأُسري والاجتماعي مما قد يولد الضغوط النفسية لديهم .

" فالتحكيم الرياضي يعد أحد الأنشطة ذات الارتباط الدائم بالضغوط النفسية، فالحكم غالباً ما يكون عُرضة للتشكيك في نزاهته أو تعرض أمانته للمسائلة من قبل الرياضيين بشكل عام (مدربين، ولاعبين، وإداريين، وجمهور، وإعلام). ففي الوسط الرياضي تكون النظرة في الغالب له سلبية، حيث يُعلق أفراد الفريق الخاسر أخطائهم عليه، ونادراً ما يُذكَر من قبل الفريق الفائز، ناهيك عن النقد والهجوم الغير مبرر أحياناً الذي يتعرض له في الصحافة الرياضية المختلفة من قبل المدربين واللاعبين والإداريين".

وفي ضوء ما ورد يمكن تحديد المشكلة وصياغتها في التساؤل التالي:-

هل تختلف درجة الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضية على حكام الدرجة الأولى لكرة القدم بالجمهورية اليمنية ؟.

هناك فروق دالة إحصائياً في درجة الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضية على حكام الدرجة الأولى لكرة القدم بالجمهورية اليمنية.

- المجال البشري:حكام الدرجة الأولى المقيدون في سجلات الاتحاد اليمني لكرة القدم والذين يديرونمباريات دوري الدرجة الأولى، والبالغ عددهم (62) حكماً.
- المجال المكاني:تم تطبيق المقياس على أستاذ الفقيد علي محسن المريسي بالعاصمة صنعاء.
- المجال ألزماني:في مستهل انطلاق الموسم الرياضي (2010-2011م)، وأثناء انعقاد دورة بدء الموسم في 2010/10/5م.

الضغوط النفسية: لقد عَرّف العلماء الضغط النفسي باتجاهات مختلفة: الأُول باعتباره مثيراً، حيث عَرفه هولمز "بأنه حادث مثير يُلقي مطالب صعبة على الفرد". (HOLMES ,1982 ,P65).ويُعَرفهتولور (TOLOR) : "بأنه أيُ تغير يُلقي عبئاً على قُدرات التكيف لدى الفرد".(TOLOR,1986,48).

والاتجاه الثاني يُعَرف الضغط النفسي استناداً إلى نتائجه، وضمن هذا الاتجاه، سيلاي (Silai) والذي يراه "بأنه استجابة فسيولوجية نتجت عن أحداث مزعجة". (Silai, 1977, 20).

والاتجاه الثالث يميل إلى الاهتمام بتقييم الفرد فيُ عَرفه(لازاروس) " أنه علاقة بين الفرد وبيئته، يُقيِمُها الفرد بأنها مرهقة، وأنها فوق قدراته وتُعرض وجوده للخطر". (Lazarus, 1981, 96).

الصحافة الرياضية:هي " أحد أشكال الاتصال الجماهيري أو الجمعي بحيث يكون هناك مصدر واحد يُخاطب الناس الذين يهتمون به وهذه الأشكال كثيرة ومتنوعة منها: المرئية ومنها المسموعة ومنها المقروءة، ومهامها الاتصال الجماهيري أي عملية التفاعل بين الفرد والمجتمع.

الحكام :هم "الذين يعملون أثناء إدارتهم للمباريات على تطبيق قانون الرياضة في جميع الظروف مع الحفاظ على سلامة اللاعبين ويتكونون من أربعة أشخاص (حكم ساحة - حكمين مساعدين - حكم رابع) وسلطة الحكم هي

الرئيسية وهو يُدير المباراة بالتعاون مع الحكمين المساعدين وعند الاقتضاء مع الحكم الرابع وقراراته نهائية"

" يعتبرمفهوم الضغوط النفسية من المفاهيمالتي لا يزاليكتنفهاقدركبيرمنالغموضشأنُها فيذلكشأنكثيرمنالمفاهيمالسيكولوجيةوالتربوية،هذا الاختلافليسفقطفيتعريف المصطلحوإنماأيضاً بالمصطلحات البديلةالتي تستخدمفيالمواقفالمختلفة".

ويريباركنسونوكولمان (1995): " أنهمنالصعبإيجادتعريفمحددللضغطلأنه تكوينفرضيوليسشيئاًملموساًواضحالمعالممنالسهل قياسهفغالباًمايُستدلعلىوجود الضغوط من خلال استجاباتسلوكية معينةكماهوالحالفيالتعرفعلى الذكاءأومفهوم الذات أونمطمعينمن الشخصية وغيرهامنالتكويناتالفرضيةالتي يستخدمهاالمتخصصونفي(العلومالسلوكية)".

ونظراً للصعوبات التي تواجه تعريف الضغوط بشكل عام والضغوط في المجال الرياضي بصفة خاصة وأكثر تحديداً في مجال النشء الرياضي، فإنَّ العديد من الباحثين في هذا المجال تبنّوا تعريفات أكثر إجرائية، ومن التعريفات التي تحظى بالقبول تعريف عالم النفس الاجتماعي جوزيف مك (1970) حيث يعرف الضغط بأنه "عملية أو خطوات متتابعة تشير إلى الإحساس الناتج من فقدان الاتزان بين المطالب والإمكانيات، ويصاحبه عادة مواقف فشل يصبح هذا الفشل في مواجهة المطالب والإمكانيات مؤثراً قوياً في إحداث الضغوط النفسية ".

والضغط النفسية تعني كذلك " أي تغير داخلي أو خارجي من شأنه أنْ يؤدي إلى استجابة انفعالية حادة ومستمرة تمثيلا للأحداث الخارجية، بما فيها ظروف العمل أو التلوث البيئي أو السفر أو الصراعات الأسرية".

الصحافة الرياضية:

فيما ترتبط بكل ما هو مكتوب بطريقة الطباعة المعتمدة على التكنولوجيا، فهي: " التي تعتمد على التكنولوجية والطباعة، من خلال النص المكتوب الذي يقرأه الفرد في المكان الذي يُريده، والزمان والطريقة التي يُريدها ".

ولعلاقتها بعملية نقل الأخبار فهي كذلك "عملية بث ونشر دوري ومستمر للأخبار، والأحداث، والموضوعات، والآراء العامة، والمنوعات، في المجالات المتعددةوالبث: يتم عبر وسائل الصحافة الرياضية المسموعة والمرئية.والنشر: يتم عبر وسائل الصحافة الرياضية المقروءة ". .

فهذه المهنة كما يراها الباحث تقوم على جمع وتحليلالأخبار المتعلقة بالشأن الرياضي والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور في شتى الرياضات، وغالباً ما تكون هذه الأخبارمتعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة الرياضية، والتعليق

عليها من قبل المتخصصين: كالحكام، والمدربين، واللاعبين، والإداريين، والخبراء الأكاديميين، من كافة جوانبها قصد إيصال الفائدة للجمهور الرياضي.

ولأنَّ النجوم في مختلف الرياضات لا يمكن معرفتهم إلا بواسطة وسائل الإعلام الرياضي ومنها الصحافة الرياضية، حتى غدت بوابة رئيسية للإطلاع على مشاهيرها، فأصبحوا نجوماً يُشار إليهم بالبنان بفضل تسليط الضوء عليهم من خلال كل ما يتعلق بهم، ولعل هذا هو ما جعلها جاذبة للقراء من الجماهير الرياضية.

التحكيم في كرة القدم

مهما كان مستوى مباريات كرة القدم من غير المعقول لعبها من دون حكم " لا يمكن أنْ تُلعب أي مباراة من دون الحكام ففي نهاية الأُسبوع عدد كبير من أصحاب البدلات السوداء المنخرطين في معظم الاتحادات الوطنية والإقليمية والقارية والدولية لكرة القدم كحكام يكونون في الموعد والمكان المناسب. " فبدون ذوي البدلة (القميص) السوداء - سابقاً في ظل تعدد الألوان حالياً - لا تكون للمباريات مطابقة أو قوانين لعب. ففي النصف الأخير من (القرن الخامس ق.م) كانت رياضة كرة القدم في بداياتها وكانت تُمارس بدون حكام".

قام بها محمد دحماني 2006 تحت عنوان "تأثير الصحافة الرياضية في انتشار ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية" رسالة ماجستير.

هدفت الدراسة إلى معرفة التأثر الذي تُحدثه الصحافة الرياضية في ملاعب كرة القدم الجزائرية وعلاقة ذلك بأحداث العنف، ومعرفة علاقة زيادة العنف في الملاعب بما تتناوله الصحافة الرياضية، وهل لها دور في تحريض الجماهير.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي بطريقة المسح عبر استمارة (استبيان)، وخلصت الدراسة لكون وسائل الإعلام المتخصصة تعتمد على الإثارة بغرض الترويج لها وزيادة مبيعاتها، وأنَّ الآراء والمواقف والتصريحات المنشورة في أعمدة الصحف تدفع لانتهاج سلوكيات انتقامية ضد الأنصار واللاعبين والجمهور، وأكدت الدراسة على عدم تحري بعض الكتابات الصحفية عند الكثير من الصحفيين للمهنية والموضوعية في نقل التصريحات والتصريحات المقابلة.

إنَّ من بين أهم ما هدفت إليه الدراسة التعرف على دور وتأثير وسائل الإعلام الرياضي على اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية، كما سعت الدراسة أيضاً إلى معرفة المسئولين عن اتخاذ القرار داخل الأندية الرياضية، والتعرف على الطرق والكيفية التي يُتخذ بها القرار داخل الأندية الرياضية، وكذلك معرفة

الطريقة التي يتفاعل بمقتضاها مسيرو تلك الأندية مع وسائل الإعلام الرياضي المختلفة (صحافة - إذاعة - تلفزيون)، واستخدم الباحث المنهج الوصفي.

واشتملت الدراسة على عينة مقصودة ضمت (5) أندية من أندية القسم الوطني الأول لكرة القدم (وفاق سطيف - أهلي بوعريريج - اتحاد العاصمة - مولدية سعيدة - اتحاد البليدة) حيث تم اختيار (3) إداريين من كل نادٍ بمجموع (15) إدارياً، وصمم الباحث استبياناً كأداة لجمع المعلومات ضمت (21) سؤالاً.

ومما خلصت إليه الدراسة أنَّ معظم أفراد العينة يرون أنَّ الدور الذي تلعبه الصحافة الرياضية والذي يجعل الأندية قادرة على اتخاذ قراراتها هو دور كافٍ، من خلال ما تلعبه الصحافة الرياضية بمختلف وسائله في التأثير على صانعي القرار، كما أنَّ درجة تأثيرها على صنع القرار داخل الأندية الرياضية تختلف باختلاف طبيعتها. وتبين أيضاً تركيز الصحافة الرياضية على القضايا والمواضيع المهمة المطروحة واقعياً، من خلال نشر الآراء الهامة مع النقد والتحليل الصحفي البَنّاء، كما ظهر جلياً من نتائج الدراسة تأثير الصحافة الرياضية على القرارات التي تُصدرها أي هيئة أو مؤسسة رياضية.

أجرى حدادة محمد 2008 دراسته الموسومة " الضغوط النفسية لدى حكام النخبة الوطنية في كرة القدم مستوياتها ومصادرها"، رسالة ماجستير.

من أهم ما هدفت إليه الدراسة التعرف على مستويات الضغط النفسي لدى حكام النخبة في الجزائر، ومعرفة أكثر العوامل التي تؤدي إلى حدوثه.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وتكونت العينة من (250) حكماً من حكام النخبة دوليين ووطنيين. وقام ببناء مقياس لمعرفة مصادر ومسببات الضغوط النفسية ودرجة شدتها لدى حكام النخبة.

ومن بين ما خلصت إليه الدراسة أنَّ الحكام يتعرضون لمستوى مرتفع من الضغوط النفسية مما يدل على معاناة هذه الفئة من الرياضيين، وأنَّهم وإنْ اختلفت درجاتهم التحكيمية، واختصاصاتهم، وروابطهم، وعمرهم فإنهم جميعاً يعانون من تلك الضغوط، في حين لم تظهر فروق حسب متغير الحالة العائلية ولكن هناك ميل لارتفاع مستوى الضغط النفسي لصالح الحكام الذين طلقوا زوجاتهم.

لا يمكن لأي دراسة علمية مهما كانت أنْ تُنْجَز دون الاعتماد على منهج علمي تسير عليه، وتكون مبنية على أسس تتناسب وطبيعة الموضوع المراد دراسته وإتباع المنهج الملائم. " ولا يمكن للباحث الاستغناء عن المنهج، فتحديده يعتبر الخطوة الأكثر خطورة في البحث، إذ على أساسها يتم الحكم على مصداقية

نتائج البحث. فإذا كان المنهج صحيحاً كانت النتائج صحيحة، أمّا إذا كان المنهج خاطئاً كانت النتائج خاطئة بالضرورة".

وفي هذه الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي لملائمته حل مشكلة الدراسة، لأنه بحسب ما عَرّفَه بوداود عبد اليمين و عطا الله احمد: " هو الذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد عليه في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيرا ًكمياً ".

وسائل جمع المعلومات:

استعان الباحث بالأدوات الآتية لجمع المعلومات.

- المصادر العربية والأجنبية.
- استمارة مقياس الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضية على الحكام .
- مقياس الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضية على الحكام .

قام بتصميمه الباحث بعد إطلاعه على العديد من المقاييس المشابهة وبعد عرضه على مجموعة من الخبراء والبالغ عددهم (15) خبيراً، والمتكون من (50) عبارة.

التجربة الاستطلاعية:

للتأكد من وضوح الفقرات ومناسبة لغتها لعينة الدراسة، اختيرت عينة عشوائية من عينة بناء المقياس مكونة من (10) حكام، ويمثلون مختلف متغيرات البحث (ساحة - مساعدون)، وطلب منهم توضيح رأيهم في وضوح الفقرات، ومدى فهمهم لمحتواها، وقد تأكد للباحث بأنَّ جميع الفقرات واضحة ومفهومة بالنسبة للعينة.

مؤشرات صدق وثبات وموضوعية المقياس:

تشير أكثر المصادر التي اطلعنا عليها إلى أنَّ صدق المقياس يقصد به قدرة المقياس على قياس الخاصية التي وُضِع لقياسها، كما يُعَرَّف الصدق بأنه: "الدرجة التي يقيس بها الاختبار الشيء المراد قياسه " (ليلى فرحات، 2001، 67)،وهو هنا قياس أثر الصحافة الرياضية على الحالة النفسية لدى حكام كرة القدم، والصدق بهذا المعنى وفق هو: "الصفة الأساسية التي لابد من توافرها حتى نطمئن إلى أنَّه صالح ويقيس بالفعل للسمة المطلوبة قياسها.

ثبات المقياس

يشير الثبات إلى: مدى الدقة التي يتصف بها المقياس كلما استخدم. فهو: " إعطاء الاختبار نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة تحت نفس الظروف وعلى نفس الأفراد"(بوداود عبد اليمين و عطا الله احمد، 2009، 106). ويعني ذلك أنَّ درجات الحكام على المقياس لا تتغير جوهرياً إذا ما استخدم أكثر من مرة في ظروف متشابهة، ولغرض حساب معامل الثبات للمقياس استخدم الباحث طريقة إعادة توزيع الاستبيان.

وقد طُبق المقياس المكون من (50) فقرة على عينة البناء وعددهم (10)حكام من الذين لم يتم إشراكهم في التطبيق النهائي للمقياس، بحيث تم تطبيق المقياس في المرة الأولى يوم 2010/4/5م وأُعيد تطبيقه للمرة الثانية يوم 2010/4/20م وبفارق زمني مدته أسبوعان بين التطبيقين، وذلك في مدينة الحديدة التي يتوافر فيها نسبة كبيرة من حكام ال درجة الأولى، وتم بعدها حساب معامل الارتباط البسيط لبيرسون حيث بلغ معدل الثبات بقيمة (0.88) وهو معامل مرتفع، ويدل على أنَّ هناك انسجاماً وصدقاً داخل فقرات المقياس وجميعها تقيس ما وُضعت من أجل قياسه وجدول (1) يبين ذلك.

جدول (1) يبين معامل ثبات المقياس بطريقة إعادة الاختبار

التطبيق	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الثبات	الصدق الذاتي
الأول	161.71	9.53	0.88	0.93
الثاني	165	8.52		

الوسائل الإحصائية

تمت معالجة البيانات المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية (تفريغ استمارات الاستبيان) بإدخال جميع القيم المتحصل عليها إلى جهاز الإعلام الآلي باستعمال منظومة أو حزمة تحليل البيانات الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS)، بحسب الوسائل الإحصائية التالية.

1. المتوسط الحسابي.
2. الانحراف المعياري.
3. التكرارات والنسب المؤية.
4. اختبار 2k (الكيدو).
5. تحليل التباين الأحادي (ANOVA).
6. معامل الارتباط بيرسون.

تُشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أنَّ الضغوط النفسية التي تُحدثها الصحافة الرياضية في حكام الدرجة الأولى بالجمهورية اليمنية متوسطة القوة خاصة الذين تقل أعمارهم عن (35) سنة. في حين يكون تأثيرها ضعيف جداً كلما كان سنهم كبيراً بما يفوق (45) سنة.

أي أنه كلما كان سن الحكام كبيراً كلما كانت الضغوط النفسية التي يتعرضون لها من طرف الصحافة الرياضية أقل حدّة. وهو ما تبينه قِيَم كل من مقياس الكيدواوفيشر، واللذان يؤكدان: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير الصحافة الرياضية على الحالة النفسية لدى الحكام حسب السن؛ أي أنَّ الحكام باختلاف فئاتهم السنية يتأثرون بدرجة متوسطة بالضغوط النفسية التي تسببها عليهم الصحافة الرياضية .والباحث يرى بأنَّ أولئك الحكام الذين اقترب عمرهم من (45) سنة وهو سن التقاعد الذي يحدده الاتحاد الدولي لكرة القدم قد أصبح لديهم خبرة كافية، فأقلهم يكون قد عمل في سلك التحكيم ما لا يقل عن (25) عاماً، مما يعني أنه وصل لسن النضج التحكيمي. وهذه الفترة كافية لأنْ يتأقلم فيها مع أفكار الصحفيين الرياضيين وما يدور بخلدهم، مما يجعله قادراً على مواجهتها.

وهذا ما يوضح أنَّ التأثيرات ضعيفة جداً لهذه الفئة السنية من الحكام، إلا أنَّ من يقل سنهم عن(35) سنة فقد بَينت النتائج بأنَّ غالبيتهم يقعون تحت تأثيرها، مما يبين أنهم جميعاً يشتركون في التأثر ولو بنسبة متوسطة، وهذا يدل على أنَّ للصحفي تأثير كونه الذي يقوم بصياغة الخبر وقد يعتمد في صياغته على تحيزه لإحدى الفِرَق أو لأحد اللاعبين وهو ما يعتبره الحكام موجهاً ضدهم، كونه يبتعد في ذلك الطرح عن الموضوعية .

ويرى الباحث: إلى أنَّ "من بين العوامل التي تؤثر على التحضير النفسي لدى الحكام في المباريات، تعاطي رجال الصحافة الرياضية مع الحكام عبر تهويل الأخطاء رغم وجودها، مع عدم الإشادة بالحكام الجيدين، وعليه يجب أنْ تسود حالة من الود بين قضاة الملاعب ورجال الصحافة.

كما تؤكد نتائج دراسة أسامة عبد الرحيم: " تفوق الفئة العمرية (25-40) سنة على متوسطي الفئة العمرية (40-60) سنة في الانتباه للفنون والأساليب الصحفية المختلفة، وفي إدراكهم لما تحتويه هذه الفنون، كما يحتل الخبر الصحفي المرتبة الأُولى في تذكر الجمهور مقارنة ببقية الأساليب الصحفية الأُخرى". (أحمد زكريا، 2008، 23) . وتقترب تلك الفئة السِّنية مع العينة التي استهدفها الباحث، مما يدل على تأثرها بأُسلوب التغطية الصحفية.ويرى الباحث: أنه وبالرغم من عدم حدوث فروقفي درجة تأثير الصحافة الرياضية على الحالة النفسية لدى الحكام حسب سنهم، على ضوء قِيّم كل من مقياس الكيدوا، إلا أنَّ تلك الضغوط هي

متوسطة القوة، خاصة لدى الحكام الذين تزيد أعمارهم عن (45)سنة.وقد يَرجع ذلك لكون هذه الفئة من الحكام قد امتلكت الخبرة الكافية للتعامل مع الصحفيين الرياضيين، والذين يتولون تغطية الأخبار الخاصة بالتحكيم منذ سنوات طويلة، وعلى اعتبار أنَّ الحكم ما وصل لسن (45) سنة إلا وله باع طويل في هذا السلك، وقد مَرّ بتجارب عديدة، من خلال التقائه أو جلوسه أو محادثته مع العاملين في هذا المجال، وهو ما مكّنه من التكيف مع أرائهم، ولهذا فتأثير ضغوط الصحفيين الرياضيين يكون أقل كلما تقدم الحكام في السن، وإنْ كان الجميع متقاربون في التأثير بحيث لم تظهر الفروق الجلية بين جميع أفراد العينة بحسب متغير السن، ووفق محاور الصحفيين الرياضيين وأُسلوب وزمن التغطية الصحفية.

وهذا ما يؤكده احمد قائدوالذي يرى:"أنه كلما تقدم الحكم في السن اكتسب الخبرة والثقة وروح التعامل مع اللاعبين والأندية والإداريين،أما الحكام الشباب فهناك قلق لديهم بحيث يريدون النجاح في المباريات والتميز بسرعة حتى يثبتون أنفسهم لوسائل الإعلام.

وما توصلنا إليه من نتائج بوجود تأثير مع عدم ظهور فروق فيه تتفق مع ما خلصت إليه دراسة حدادة محمد، والتي أكدت على: "عدم اعتبار السن عامل مؤثر على مستويات الضغوط النفسية لدى حكام النخبة الوطنية في كرة القدم ". (حدادة محمد، 2008، 124).

وقد يرجع ذلك لكون عينة حدادة محمد تقترب من عينة دراستنا خصوصاً أنها تستهدف حكام النخبة.كما تُشير لذلك نتائج دراسة بن عبد الله عبد القادر: إلى " ارتفاع مستويات الضغط النفسي للرياضيين صغار السن، حيث وصلت مستويات الضغط لديهم إلى (66.02%)، أي واقعة في المجال المرتفع للضغط النفسي، وهذا على الدرجة الكلية لقائمة مصادر الضغوط النفسية "(بن عبد الله عبد القادر، 2005، 60). ويتضح حسب هاتين الدراستين أنَّ للسن دور مؤثر في ظهور الضغوط النفسية، وأنَّ الأصغر سناً هم أكثر شعوراً بها، وذلك يتفق مع ما توصلت إليه دراستنا بكون الفئة العمرية التي تقل عن (35) سنة هي التي تتأثر أكثر من غيرها بالضغوط النفسية للصحافة الرياضية. وتتفق نتائج دراستا مع ما خلصت إليه نتائج دراسة محمد فقيهي والتي أكدت " أنَّ المدربين أصحاب الخبرة التي تقل عن (5) سنوات يتعرضون للاحتراق جرّاء ضغط وسائل الإعلام عليهم أكثر من أولئك الذين يقعون بين فئة (5–9) سنوات أو (10) سنوات أو أكثر"

فيرى الباحث أنه كلما تأثر المدربون بضغوط الصحافة بغية تحقيق نتاج جيدة كلما اسقطوا تأثرهم (إخفاقاتهم) على الحكام تبريراً لإدارات أنديتهم ولجماهير فرقهم.

غير أنَّ النتائج التي خرجنا بها تتعارض مع ما توصلت إليه دراسة زياد الطحاينة والتي أوضحت " وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الاحتراق النفسي لدى حكام الألعاب الرياضية تعزى لمتغير العمر" (زياد الطحاينة، 2006، 55). ويعزو الباحث ذلك التعارض إلى كون دراسة الطحاينة أخذت عينتها من حكام رياضات عدة ولم تقتصر فقط على حكام رياضة كرة القدم كما هو الحال بدراستنا الحالية، فمتطلبات الرياضات الأُخرى تختلف عن متطلبات رياضة كرة القدم، ناهيك عن أنَّ التغطية الإعلامية تتركز على كرة القدم أكثر من الرياضات الأُخرى بسبب شعبيتها وجماهيرتها، وهذا ينعكس بدوره على حكام هذه الرياضات.

وفي ختام ما رصده الباحث في تحليله لنتائج الدراسة الميدانية وما عَضّدها من تفسيرات وآراء عبر الدراسات السابقة، خلص إلى: عدم وجود فروق في درجة الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضية على الحكام حسب سنهم . وبهذا يمكننا القول أنَّ فرضية البحث غير محققة وبدرجة عالية، وبالتالي رفضها.

لاستنتاجات والتوصيات

1. تَبَيّن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الضغوط النفسية التي تسببها الصحافة الرياضية على الحكام حسب سنهم، وبالتالي لم تتحقق فرضية البحث وبدرجة عالية، والتي ترى: وجود فروق في درجة تأثير الضغوط النفسية لدى الحكام بناءً على متغير السن، ومن ثم رفضها. بمعنى أنَّ جميع الحكام يتأثرون بالضغوط النفسية بحسب سنهم، غير أنه لا توجد فروق دالة إحصائياً في ذلك التأثير .
2. أنَّ النسبة الأعلى في الحكام اليمنيين في الدرجة الأولى بحسب عينة لبحث تتراوح أعمارهم ما بين (35-45) سنة وشكّلوا (61.3%) من إجمالي أفراد العينة، تليها الفئة العمرية التي تتراوح ما بين (25-35) سنة، وبنسبة بلغت (27.42%) من مجموع الحكام، فيما لم يُشكّل الذين يتراوح عمرهم بين (45 سنة فأكثر) سوى (11.3%)، ويَرُد الباحث ذلك لكون الحكام في العادة لا يَبلغون هذه الدرجة إلا بعد أنْ يكونوا قد أمضوا أكثر من (5) سنوات في التحكيم، إلا أنَّ الأفضل لو كانت الفئة السنية التي تقع بين (25-35) سنة هي النسبة الأكبر، لأنَّ معنى ذلك أنها وصلت لهذه المرحلة في سن مناسبة بما يُمَكِنُها من مواصلة التحكيم لسنوات أطول ممن يكبرونهم سناً .

التوصيات

1. التركيز على الجوانب النفسية للحكام إلى جوار الجوانب البدنية والفنية بالذات عند اختيار الحكام المستجدين، أو الترفيع أو في دورات الصقل، وتدريبهم

على استخدام الوسائل الملائمة والمناسبة لمقاومة الضغوط النفسية خصوصاً تلك المتعلقة بالصحافة الرياضية .

2. توفير أخصائي ومرشد نفسي للحكام، وتكون مهمته الاهتمام بمواضيع الجانب النفسي خاصة الضغوط، ووضع آليات وبرامج نفسية معالجة لما يعانونه في هذا الشأن، مع توفير مدرب متخصص في اللياقة لهم من بين الحاصلين على دورات متخصصة في هذا الجانب، حتى يتمكن من مراعاة الفروق الفردية بينهم وبما يحسن من لياقتهم.
3. استقطاب عناصر شابة، لرفد سلك التحكيم اليمني الذي يُعاني من قلة الحكام المنخرطين فيه، وحتى يُتيح ذلك العمل بمبدأ وجود الحكم صغير السن والذي يخدم التحكيم لسنوات طويلة.

الفصل الرابع

دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية

أن العصر الذي نعيش فيه هو عصر تغيير التقني السريع الذي تؤثر مبتكراته في أساليب حياتنا نفسها، وقد أحدث هذا التطور طلبات جديدة من الجمهور الرياضي الذي يرغب في توفير المزيد من البرامج الرياضية.

وتعد الفضائيات من وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي أصبح لها دور واضح التأثير في حياة الناس ، إذ اكتسبت بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة منفردة لنفسها في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم.

ويمكن القول إنَّ مشاهدة الفضائيات الرياضية يؤثر تأثيرا كبيرا على ثقافة ومعرفة الجماهير الرياضية ، فلا تخلو أسرة في المجتمع العراقي من فرد أو أكثر يتابع الفضائيات الرياضية ويتفاعل معها ، إذ إنَّ الكثير منها تعتمد في أساليبها المختلفة على جذب المشاهدين في أنحاء العالم كافة وبطريقة مشوقة في عرض الأخبار والتقارير إلى مشاهديها وبشكل جميل ومؤثر وتستعين باللقاءات التي تجريها مع ابرز الشخصيات الرياضية المتخصصة.

ويعد ما يبث عن الرياضة من العناصر الرئيسة في نشر الوعي الرياضي بين الجماهير بمختلف مستوياتها وثقافتها وتساعد هذه الفضائيات في إحداث التغيير الثقافي وتكوين المعرفة الرياضية ، إذ تحلل وترشح وتفسر وتعلق على الأفكار والآراء خلال نقل وقائع المنافسات والألعاب الرياضية المختلفة لمختلف البطولات المحلية والدولية والعالمية.

وتعد الرياضة وسيلة معاصرة لأداء الكثير من المهام وإرسال العديد من الرسائل وتعبر عن مستوى تطور وتقدم الأمم ومجتمعاتها ، لذلك فإن من الصعب التمييز بين الرياضة ووسائل الإعلام وخاصة الفضائيات التي تنقل الأحداث الرياضية ، إذ إنَّ مشاهدة الرياضة والإحساس بها موجود في كل مكان. وقد تكونت نظرة جديدة في عصرنا الراهن نحو الثقافة الرياضية ووضع الرياضي ومفهوم الرياضة كفعالية أو كمؤسسة تجارية غايتها الربح تماماً كباقي الفعاليات والمؤسسات الأخرى ، إذ استغلت بعض الفضائيات من خلال احتكارها لبث

الأحداث الرياضية والترويج للرياضة أو بطل ما وسيلة لتحقيق الربح، في الوقت الذي يمكن الاستفادة من هذه الفضائيات الرياضية لتحقيق التنمية والبناء الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، أو كجزءاً من الثقافة العامة والبناء الوطني والقومي، ووسيلة لبناء الإنسان الكفء المتوازن نفسيا وجسديا ، وهناك أنظمة تستخدم الفضائيات الرياضية لتحقيق نوع من التوازن بين الرياضات المختلفة وبين الطابع الثقافي والتربوي وطابعها الاقتصادي والتجاري.

وتكمن أهمية البحث من خلال معرفة دور الفضائيات الرياضية في تثقيف الجمهور وزيادة معرفتهم بالثقافة الرياضية والتي من خلالها يتم غرس أفكار وقيم وأنماط معينة من السلوك الرياضي السوي لدى الطلبة وإبراز أهمية الرياضة في الفضائيات على الجانب الصحي والبدني والاجتماعي والتربوي والثقافي للإنسان وكذلك توجيه وتوحيد عواطف المواطنين ومشاعرهم خلال المحافل الدولية والعالمية وزرع محبة الوطن في نفوسهم.

أن المتابع للقنوات الرياضية الفضائية يرى دورها الكبير والفعال في متابعة الأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والدولية وتغطيتها المباشرة لها، والتي توفر خدمة جليلة للمشاهدين على امتداد قارات العالم، ونظرا لما تقدمه هذه الفضائيات من نشر الوعي والثقافة بين عموم المشاهدين بشكل عام والرياضيين بشكل خاص، ونظرا لكون الطلبة في المرحلة الجامعية من الشرائح المهمة التي يعول عليها في عملية النهوض بالبلد في مجالات الحياة المختلفة ومنها مستقبل البلد الرياضي لذا أراد الباحث الوقوف على حقيقة مستوى الثقافة الرياضية لديهم طلابا وطالبات ، وعلى حد علم الباحث ومن خلال اطلاعه على البحوث والدراسات تبين له انه لا يوجد مقياس لقياس الثقافة الرياضية ، لذا تكمن مشكلة البحث في بناء مقياس للثقافة الرياضية وتطبيقه على شريحة الطلاب والطالبات في الجامعة للوقوف على حقيقة مستوى ثقافتهم الرياضية وتقديم الحلول المناسبة لها.

- بناء مقياس الثقافة الرياضية لمشاهدي القنوات الرياضية الفضائية.
- تّعرف دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى.
- معرفة الفرق بين الذكور والإناث المشاهدين للقنوات الرياضية في مستوى الثقافة الرياضية.

مجالات البحث:

- المجال البشري :عينة من طلبة جامعة ديالى والبالغ عددهم (1086) طالباً وطالبه.
- المجال ألزماني: المدة من 2008/2/23 ولغاية 21/ 9 /2008.
- المجال المكاني : كليات جامعة ديالى.

تحديد المصطلحات:

الثقافة الرياضية:هي الدرجة التي يحصل عليها الطالب ويقيسها مقياس الثقافة الرياضية والتي تنصب على خلق الأفضل والأحسن من السلوك والأفكار والأعراف الثقافية التي يستند إليها نشاط الفرد في المجالات المختلفة.

الدراسات النظرية والمشابهة:

يعد الإعلام من أهم وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد والمجتمعات المتعددة ولاسيما بعد التطور الواسع الذي حصل في وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في جميع أنحاء العالم ، والإعلام يقوم بدور المربي والموجه في أسلوب تكوين وتطور الثقافة في مختلف أوجه أنشطة المجتمع، وان اتساع دور وسائل الإعلام الرياضي فيما يتعلق بنقل المسابقات الرياضية إلى الجمهور أدى إلى ظهور تخصص في مجال العلوم الإعلامية وهو الإعلام الرياضي ، والذي له ادوار متميزة وكبيرة ومن ضمنها نشر وقائع الرياضة بأسرع وقت ممكن ونشر الثقافة الرياضية فضلا عن دوره في الحيلولة دون أعمال العنف والشغب في أثناء ممارسة المسابقات الرياضية.

وفي الرياضة يذكر جلال العبادي(1989)" أن الإعلام الرياضي هو جزء مهم من عملية خلق الوعي ورفع مستوى الثقافة الرياضية بين الجماهير من خلال إيجاد العلاقات الايجابية بين الأفراد والمجتمع مع التربية الرياضية بصفتها ظاهرة اجتماعية وحضارية مرتبطة بالمجتمع.

ويعرف خير الدين وعطا الإعلام الرياضي بأنه " عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح قواعد والقوانين الخاصة بالألعاب

والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي.

ولما للرياضة من خصوصية في المجتمع فقد تكونت لها منظومة إعلامية خاصة بها تظم جميع وسائل الإعلام من صحف ومجلات ومحطات إذاعية وقنوات فضائية رياضية التي تتفرد باختصاصها بالمجال الرياضي ويتوقف تطور هذه المنظومة في أي بلد بحسب نظرة المجتمع للرياضة وإيمانه بأهميتها كما يعتمد أيضا على إمكاناته المادية والبشرية وفرص الاستثمار بهذا المجال ، وتعد القنوات الفضائية الرياضية موجها كبيرا لأنها تزيد من وضوح المعرفة وجذب الانتباه كما أن للإخراج دورا بارزا في وصول الثقافة الرياضية بصورة جيدة وعلى المستويات كافة.

أهمية الإعلام الرياضي:

يعد الإعلام الرياضي قديما وحديثا بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها وبمراحلها المختلفة ، وللإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع ويظهر بجلاء من حيث رفع مستوى الثقافة الرياضية للجمهور وزيادة الوعي الرياضي وله وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة.

وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات ، وفي ظل التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير والسريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي في ضرورة إحاطة الأفراد في المجتمع علما بكل ما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال ، هذا فضلا عن زيادة تدفق المعلومات الرياضية وزيادة مصادرها وتشابك المجال الرياضي بالمجالات الأخرى سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية وعدم قدرة الفرد على متابعة وملاحقة هذا التدفق من المعلومات والذي يعد أمرا صعبا فأقل ما يوصف به هذا العصر هو (عصر المعلومات) نتيجة التقدم الذي لحق بالكومبيوتر والأقمار الصناعية وانتشار شبكة المعلومات(الانترنت) ومن هنا تبرز أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام الرياضي في التغلب على هذه الصعوبات بما يساعد جمهور الرياضة على استيعاب كل ما هو جديد في المجال الرياضي والتجاوب معه.

هناك العديد من الأهداف التي يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيقها ومن هذه الأهداف نذكر:

1. نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها.
2. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها، إذ أن لكل مجتمع نسقاً قيمياً يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي متفقة مع تلك القيم والمبادئ وكأن التوافق سمة من سمات المجتمع.
3. نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها كي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطاء الفرصة لاتخاذ ما يراه مناسبا من القرارات تجاه هذه القضايا أو تلك المشكلات ، وهذه هي أوضح أهداف الإعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والعالمي.
4. الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

لقد تعددت أنواع الإعلام الرياضي وتنوعت أشكاله ويمكن تصنيف هذه الأنواع كالآتي:

1. الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والملصقات وغيرها.
2. الإعلام الرياضي المسموع: وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو.
3. الإعلام الرياضي المرئي: وهو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل التلفاز والسينما والفيديو وشبكة الانترنت ويطلق عليها أحيانا الإعلام المرئي المسموع لأنها تعتمد على حاستي البصر والسمع في آن واحد.

وهذا البحث يتناول بدراسته وسيلة من وسائل الإعلام الرياضي والتي تؤثر تأثيرا كبيرا في الرأي العام وتعتبر أكثرها أهمية وهي (القنوات الفضائية الرياضية).

المصادر العربية والأجنبية:

1. إبراهيم عبد الوكيل؛ خطوة مع التحليل ألعاملي : (الدوحة، دار قطري بن فجاءه، 1995) ص145.

2. احمد سلمان عودة؛ التقويم في العملية التدريسية، ط 2:(اربد، دار النهضة العربية، 1988).

3. احمد سليمان عودة؛ القياس والتقويم في العملية التدريسية، ط 3: (اربد، دار الأمل، 1993).

4. احمد فاروق احمد؛ الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني للفترة من (1995-2000) م : (رسالة ماجستير، جامعة حلوان، كلية التربية الرياضي للبنين، 2002).

5. احمد محمد عبد الخالق؛ استخبارات الشخصية، ط 2:(الإسكندرية، دار المعرفة الاجتماعية، 1989) .

6. بدر محمد الأنصاري؛ قياس الشخصية:(الكويت، دار الكتاب الحديث،2000).

7. ثامر محمود ذنون الحمداني؛ بعض النماذج المعرفية والاجتماعية لدافعية الانجاز الرياضي وعلاقتها بمستوى الانجاز لدى لاعبي كرة القدم: (أطروحة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة الموصل، 2006).

8. جلال عبد ألعبادي؛ أهمية وسائل الإعلام في نشر الثقافة الرياضية بين أوساط الشباب : (مجلة التربية الرياضية، العدد(12) كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، 1996) .

9. جوان بالانت؛ التحليل العاملي باستخدام برنامج(SPSS)، (ترجمة) خالد العامري: ط1: (القاهرة ، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2006).

10. جون انستازي وأنا خولي؛ سيكولوجية الفروق الفردية بين الأفراد والجماعات، (ترجمة) :السيد محمد خيري وآخرون: (القاهرة، الشركة العربية للطباعة والنشر،1989).

11. حازم علوان منصور؛ بناء مقياس لمفهوم الذات وتقنينه لدى لاعبي كرة اليد: (أطروحة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، 2001).

12. حسنين محمد نصر ؛ مقدمة في الاتصال الجماهيري المداخل والوسائل، ط1: (بيروت، مكتبة فلاح، 2001).

13. حسين كمال مكاوي و ليلى حسين السيد؛ الاتصال ونظرياته المعاصرة: (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003).

14. حسين يونس؛ دور الصحافة الرياضية في نشر الثقافة البدنية: (رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية ، جامعة بغداد، 1999).

15. خالد حسن القضاة؛ دور الصحافة في تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية الرياضية في المجتمع الأردني: (رسالة ماجستير ، جامعة بغداد، كلية التربية الرياضية ، 1997).

16. خير الدين علي عويس وعطا حسن؛ الإعلام الرياضي، ج1 ط1 : (القاهرة ، دار الكتاب للنشر، 1998) .

17. دنيس ماكويل ؛ الإعلام وتأثيراته –دراسات في بناء النظرية الإعلامية ، (ترجمة) عثمان العربي، ط1 :(القاهرة ، دار الفكر العربي، 1992).

18. رجاء أبو علام ؛ التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام (SPSS)، ط2 : (القاهرة ، دار النشر للجامعات، 2006) .

19. رجاء وحيد رويدري؛ البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية ، ط1: (دمشق، دار الفكر، 2000).

20. روبرت ميلر وآخرون ؛ اللعب النظيف للجميع، ترجمة، أمين أنور الخولي (القاهرة ، سلسلة الفكر العربي، 1994).

21. رودني دارون؛ أساسيات القياس والتقويم في تدريس العلوم: ترجمة، محمد سعيد وآخرون(الأردن، دار وائل ، 1985).

22. ريسان خريبط وثائر داود سلمان؛ طرق تصميم بطاريات الاختبار والقياس في التربية الرياضية: (جامعة البصرة، دار الحكمة، 1992).

23. زينب خلف مزهر؛ السلوك القيادي لدى مدرسي التربية الرياضية في المدارس الثانوية وعلاقته بدافعية الانجاز الرياضي: (رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة ديالى، 2007) .

24. سعد جلال ؛ القياس النفسي (الاختبارات والمقاييس) : (القاهرة ،دار الفكر العربي،1985).

25. سهي محمد على؛ بناء مقياس للقيادة التربوية بجامعات العراق: (رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، 2004).
26. صالح خليل أبو أصبع؛ مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ط 1: (القاهرة، دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 1998).
27. صالح خليل أبو أصبع؛مدخل إلى الاتصال الجماهيري، ط 1: (القاهرة، دار آرام للنشر والدراسات والتوزيع، 1998).
28. صالح راشد العكيلي وسامر محمد الشايب؛ التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج(SPSS): (عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع،1988).
29. صلاح الدين محمود علام؛ تطورات معاصرة في القياس النفسي والتربوي: (الكويت، جامعة الكويت، 1986).
30. عادل عصام الدين ؛ دور وسائل الإعلام في امن الملاعب الرياضية: (بحث ضمن أبحاث الندوة العلمية امن ـالملاعب الرياضية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2000).
31. عبد الرحمن عيسوي؛ القياس والتجريب في علم النفس والتربية: (بيروت، دار النهضة العربية، 1974).
32. علي مهدي كاظم؛ بناء مقياس مقنن لسمات شخصية الطلبة للمرحلة الإعدادية في العراق: (أطروحة دكتوراه، كلية التربية/ ابن رشد، جامعة بغداد، 1994).
33. كامل ثامر الكبيسي؛ أثر اختلاف حجم العينة والمجتمع الإحصائي في القدرة التمييزية لفقرات المقياس: (أطروحة دكتوراه، كلية التربية ابن رشد، 1995).
34. كامل عبود حسين ؛ بناء وتقنين مقياس الاغتراب لدى بعض رياضيي الألعاب الفردية و الفرقية: (أطروحة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، 2008).
35. كامل عبود حسين؛ بناء مقياس لقوة التحمل النفسي لدى لاعبي أندية الدرجة الأولى لبعض الألعاب الفردية في العراق: (رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعة بغداد، 2004).
36. محمد إلياس بكر؛ قياس مفهوم الذات والاغتراب لدى طلبة الجامعة: (أطروحة دكتوراه، كلية التربية ابن الهيثم، 1979).

37. محمد حسن علاوي ونصر الدين رضوان؛ القياس في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي، ط3: (القاهرة، دار الفكر العربي، 2000).

38. محمد حسن علاوي ونصر الدين رضوان؛ القياس والتقويم في التربية الرياضية وعلم النفس الرياضي، ط1 (القاهرة، دار الفكر العربي، 1979).

39. محمد صبحي حسنين؛ التحليل ألعاملي للقدرات البدنية في مجالات التربية الرياضية، ط2: (القاهرة، دار الفكر العربي، 1996).

40. محمد عبد الرحمن الحفيف؛ تأثير وسائل الإعلام – دراسة في النظريات والأساليب: (الرياض، مكتبة العبيكان،1994).

41. مروان عبد المجيد إبراهيم؛ تصميم وبناء اختبارات اللياقة البدنية باستخدام طرق التحليل العاملي، ط 1 : (عمان، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع،2001).

42. مصطفي الإمام وآخرون؛التقويم والقياس: (بغداد دار الحكمة للطباعة والنشر، 1990).

43. مصطفي حسين باهي وآخرون؛ التحليل ألعاملي النظرية- التطبيق، ط 1 : (القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2002).

44. مصطفي حسين باهي؛ المعاملات العلمية بين النظرية والتطبيق، ط 1: (القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 1999).

45. وديع ياسين محمد وحسن محمد عبد؛ التطبيقات الإحصائية واستخدام الحاسوب في بحوث التربية الرياضية: (الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر، 1999).

46. م.محمد حسين ألنظاري/ جامعة البيضاء/كلية التربية والعلوم رداع/ قسم التربية الرياضية/الجزائر

47. إبراهيم عبد الستار، إبراهيم رضوي (2003) : علم النفس أسسه وعالم داسته، دار العلوم الرياض،السعودية.

48. أحمد زكريا احمد (2008): الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

49. أسامة عبد الظاهر الأصفر (1999): الإعداد النفسي للناشئين في المجال الرياضي، دليل الإرشاد والتوجيه للمدربين وأولياء الأمور، دار الفكر، القاهرة.

50. بوداود عبد اليمين وعطا الله احمد (2009): المرشد في البحث العلمي لطلبة التربية البدنية والرياضية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

51. علي عسكر (2000): ضغوط الحياة ..وأساليب مواجهتها، دار الكتاب الحديث، الكويت.

52. فرج عبد القادر طه (وآخرون) (1977):الصور الغربية لمقياس وكسلربلفيو لذكاء الراشدين والمراهقين، مطبعة كوثر، الرباط .

53. ليلى السيد فرحات (2001): القياس المعرفي الرياضي، ط 1، مركز الكتاب للنشر، القاهرة.

54. محمد جميل حمامي (2008) : نشر الكلمات في أساليب تأثير وسائل الصحافة على المجتمعات، القدس.

55. محمد عبد القادر حاتم (1989) الرأي العام وتأثره بالصحافة والدعاية، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت .

56. مختار سالم (1994): كرة القدم لعبة الملايين، ط3، مؤسسة المعارف للطباعة والنشر، بيروت .

57. نسيبة ربيعة جعفري (2006): الدليل المنهجي للطالب في إعداد البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر.

58. بن عبد الله عبد القادر (2005): الضغوط النفسية لدى الرياضيين الناشئين مصادرها وأعراضها، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر .

59. حدادة محمد (2008): الضغوط النفسية لدى حكام النخبة الوطنية في كرة القدم مستوياتها ومصادرها، مذكرة ماجستير غير منشورة، معهد التربية البدنية والرياضية، بجامعة الجزائر.

60. مبروك براهيمي (2008) دور الصحافة الرياضية الرياضي في التأثير على اتخاذ القرارات داخل أندية كرة القدم الجزائرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، معهد التربية الرياضية جامعة الجزائر .

61. محمد دحماني (2006):تأثير الصحافة الرياضية في انتشار ظاهرة العنف في ملاعب كرة القدم الجزائرية، مذكرة ماجستير غير منشورة ، معهد التربية البدنية، جامعة الجزائر .

62. محمد فقيهي (2008): الاحتراق النفسي لدى مدربي كرة القدم في المملكة العربية السعودية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود الرياض.

63. زياد الطحاينة (2006): مصادر الضغوط التي يتعرض لها حكام الألعاب الرياضية في الأردن ونيتهم لترك التحكيم، المجلة التربوية، جامعة الكويت، الكويت.

64. مصطفي محمد (1999):كيف ظهرت الفيفا، مجلة روضة الجيش ،ع/ 206/، مديرية الإعلام والتوجيه وزارة الدفاع الوطني الجزائري.

65. الموسوي حسن (1998):الضغوط النفسية لدى العاملين في مجال الخدمة النفسية، دراسة عامليه، المجلة التربوية المجلد 12 العدد 7.

66. صحيفة الثورة، العدد 16478، 2009/12/23، صنعاء .

67. محمد النظاري : حكام القدم والاستعداد للدوري، صحيفة الثورة، العدد 16774، 2010/10/15، صنعاء .

68. Anastasia, Susana, Urbana; Psychological Fasting; New Jersey ,Prentice Hall, 1997,P182.

69. Fifa (2002) 41.100 Hours of 2002 Fifa World Cup TV Coverage in 213 Countries. Press Release ,21 November .

70. Stanly. Julian .Kineth .d.Hopkins ; Education and Psychological Measuring and Evaluations ; 5thnd ,new Jersey ;Prentice 1992.

71. Weber A.L ; Social Psychology ; New York ,Harper Collins Publishers,1992.

72. Wilson. H ; Television Toured Force ; the Nation Watches the Olympic Games , Cambridg University tress ,1998.

73. -Eble, R-L; Essential of Education Measurement . 2nd Edition, New York ,Prentice- Hill,1972.

74. HOLMES, M(1982): Children in conflict. Harmons Worth, England: Penguig.

75. Lazarus, P. C. L (1981): Alienation and Psychological. Correlates. Journal of SociaiPsycholoy, 126

76. Silai, A. T (1977): The Social Desirabiliity Variable in Personality Amssessment and Research, New York: Holt, Rinehart, Winston.

77. Tolor, H. A (1988): The Psychological effects of the civil disturbance son children The northern Teacher, winter